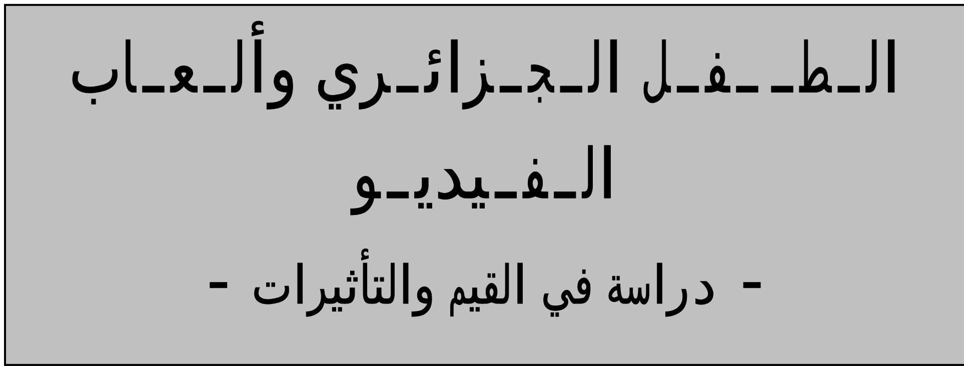
جـــامـعة الجـــزائــر (بن يوسف بن خدة)

كــليــة العلوم السياسية و الإعلام

قسم علوم الإعلام و الاتصـــال



الـطــفـل الـجـزائـري وألـعـاب الـفـيديـو

- دراسة في القيم والتأثيرات -

أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال

إعداد الطالب:

أحمد فلاق

إشراف الأستاذ:

د. محمد لعقاب

العام الجامعي **2008-2009**

كلمة الشكر

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، وبعد:

أتقدم بالشكر الجزيل

إلى الذي علمنا أن العزم باب لا يشوبه تردد

وأن الواجب يجني حقوقا تسري نحو التجدد

وأثرى بصيرتنا بتوجيه نير لم يكن وراءه تردد

إلى الأستاذ الفاضل محمد لعقاب

أحمد فلاق

الإهـــداء

إلى

- والديّ الكريمين اللّذين كانا لي دوما نعم السّند
- نصفي الآخر الذي يتألم لألمي ويفرح لفرحي، وينبض لنبضي، زوجتي .
- ابني عبد الرحمن الذي بعث نفسا جديدا في حياتي، وأطل مثل إطلالة الشمس فيها.
- إخوتي وأخواتي الذين شجعوني وحمسوني
- الدّكتور لعقاب محمد الذي تجشّم تعب متابعة هذا البحث والذي لم يبخل عليّ بتوجيهاته وتشجيعاته.
- كل من ساهم من قريب أو من بعيد في مساعدتي.

أهدي هذا الجهد العلمي الذي أتمناه لبنة مفيدة في صرح البحث العلمي بالجامعة الجزائرية.

خطة الدراسة

مـــقـدمـة

الإطار المنـهجي

1. موضوع الدراسة
2. الإشكالية والفرضيات و الأهداف

2. 1 الإشكالية

2. 2 التساؤلات

2. 3 الأهداف

3. منهج الدراسة وأدواتها

3. 1 نوع الدراسة

3. 2 مقاربة الدراسة

3. 3 منهج الدراسة

3. 4 أدوات الدراسة

4. تحديد مصطلحات الدراسة

4. 1 القيم

4. 2 التأثير

4. 3 اللعب

5. الدراسات السابقة

الإطار النظري

الفصل الأول : ماهية ألعاب الفيديو

المبحث الأول : تعريف ألعاب الفيديو

المبحث الثاني : أنواع ألعاب الفيديو

المبحث الثالث : تاريخ ألعاب الفيديو

المبحث الرابع : مراحل إنجاز ألعاب الفيديو

الفصل الثاني : اقتصاديات ألعاب الفيديو

المبحث الأول : السوق العالمي لألعاب الفيديو

المبحث الثاني : الثورة التكنولوجية

المبحث الثالث : ألعاب الفيديو ووسائل الإعلام والاتصال

مـــقـــدمـــة:

يبدأ الطفل في الوقت نفسه الذي يستوعب فيه لغة الأم و يتكلمها، في استيعاب "اللغة الاجتماعية " وتكلمها، فهو يكتشف اكتشافا بطيئا كيف يسمع المجتمع وعلاقات الناس بعضهم ببعض و قواعد الحياة العامة اجتماعية و اقتصادية أو سياسية، و بتكلم جميعها إن صح التعبير.

وقد اتخذت وسائل الإعلام و الاتصال في هذا المجال كما اتخذت في غيره منزلة ذات اعتبار، فما كان يصدر في الماضي عن الأسرة و المدرسة (المدرسة الرسمية و المدرسة الموازية التي نعني بها الشارع و التجربة اليومية)، أصبحت اليوم التجربة التواصلية لوسائل الإعلام تضطلع به إلى حد كبير.

ومن بين هذه الوسائل نجد ألعاب الفيديو التي تتميز عن الوسائل الأخرى مثل التلفزيون، بأنها وسائط ترفيهية تسمح للاعب بالانخراط حركيا في السيناريو المقدم و التحكم في المحيط.

الدراسات التي أجريت على ألعاب الفيديو تنحو في الغالب منحى واحدا و هو معرفة تأثيرها على السلوك العدواني للطفل و كأن العنف هو الأثر الوحيد الذي تتركه هذه الألعاب على نفسية الطفل.

في مرحلة الطفولة يتسم خيال الأطفال بالقوة و الجنوح، فخيال الطفل يصبح قويا جدا، و قد يفوق في قوته الواقع نفسه، بل إن الطفل الصغير تمتزج عنده الحقيقة بالخيال و يعجز عن التمييز بينهما في كثير من الأحوال. وألعاب الفيديو صارت واقعية جدا إلى الحد الذي يصعب فيه أن نفرق إذا كنا في الحقيقة أو الخيال.

هذه الألعاب تثير في الطفل كثيرا من العمليات العقلية الشعورية واللاشعورية فهي تثير فيه الخيال أو الوهم، فيعيش مع خيالاته المستمدة مما يراه و يتدخل فيه بنفسه، كما تثير فيه روح التقمص مع ما يرى من شخصيات يعجب بها و يتحكم فيها، و تجعله يسقط آماله و آلامه و عقده و مخاوفه النفسية على ما يشاهد من مناظر و شخصيات و أحداث و تشجع فيه أحلام اليقظة.

وبخلاف الأمر مع التلفزيون، فإن الطفل لا يجلس سلبيا مع لعبة الفيديو، فلأنه يوظف كل حواسه تقريبا، و ينخرط حركيّا في السيناريو المقدم، ولأنه يتحكم في المحيط المعروض له، قد يصبح كما شبهه علماء النفس بقطعة الإسفنج التي تمتص كل ما تتعرض له خاصة و أنه يعطي لكل الجزئيات المرئية أهميتها و اعتبارها.

و هذا الامتصاص لا يترجم بالضرورة في نمط واحد من السلوك وهو العنف و إلا كان من السهل تطويق المشكلة بمجرد ملاحظة أول مظاهر التغيير في سلوك الطفل وجنوحه إلى العدوانية والعنف.
فهناك من الآثار ما هو غير بارز للعيان، مثل التأثير في عمليات عقلية معرفية، وإن كانت هذه الأخيرة أقل جذبا للانتباه.

إن الطفل يظهر استعدادات للتوحد والاقتداء و التمثل، ومن خلال التمثل ينسق خبراته في منظومات معينة و يعتمد ذلك على نموه المعرفي.

ففي المرحلة الحسية الحركية ينغمس الطفل في عملية اللعب، و ذلك لتكرار حركات الجسد التي تشبع رغبته في الحركة وفي مرحلة الحركات الدورية الثانية تتخذ حركات الطفل طابع الهدفية أكثر فأكثر لتصل في المرحلة قبل الصورية إلى ما يسمى باللعب الرمزي، عندما يمكنه إدراك أن شيئا ما يمكن أن يتمثل شيئا آخر و في الحالتين فإن المطابقة تحدث هذا الدمج للموقف مما يؤدي إلى تثبيته و تقويته وهذا ما يحدث في حالة اللعب. والأمر ينطبق أكثر مع ألعاب الفيديو بما تملكه من خصوصية عدم تحديد الخيال و جعل كل شيء ممكنا.

و لأن الطفل يأخذ و يتعلم بسرعة مذهلة وحصيلة ما يتلقفه من معلومات مابين ازدياده ــ أي بعد الفطام ــ إلى سن البلوغ (الرابعة عشرة) تفوق كل ما يتلقاه بعد ذلك من علم ومعرفة بقية عمره مهما امتدت عشرات السنين، فإن لعبة الفيديو قد تشكل بالنسبة للكثيرين أداة للتعلم لأنها تسمح للطفل باختبار فعاليته و فعاليات الراشدين حوله، هذه اللعبة تسمح له بنمو حواسه و مهاراته، كما أنها تسمح له بمواجهة نفس الظروف التي يلقاها في مجتمعه فيقوم بتحقيق رغباته وحل مشكلاته من خلال اللعب، فهو يصنف الذين يضايقونه في المحيط الاجتماعي كأعداء وهكذا يقوم بمحاربتهم أثناء لعبه التمثيلي ويتغلب عليهم أو يدمرهم، وهو يتعامل مع الأشياء التي تخيفه والتي تمثل أمورا سلبية بالنسبة إليه في وضعيات اللعب، وهكذا يجعلها أكثر تقبلا و احتمالا أو العكس.

إن لعبة الفيديو تتيح للأطفال الاكتشاف و التجريب دون خطر المسؤولية أو العقاب، فهم يمارسون اختبار مخاوفهم من أشياء معينة و كذلك الفشل من إنجاز أشياء أخرى من خلال لعبة الفيديو ودون الخوف من الوقوع حقيقة في الفشل. فالطفل يقوم في لعبة الفيديو بالقتال مع الآخرين دون خوف من الهزيمة، ويمارس مهمات الكبار ليتعلم طبيعة نتائج الأنماط التي يقوم بدورها بتفاعله مع الآخرين، و لكنه في هذه الحالة يبدأ باكتشاف ذاته ليكون شخصا مختلفا عن الآخر، ويتم بالتالي العبور إلى شخصيته الحقيقية من خلال السلوك الاجتماعي وبواسطة اللعب.

وعند الحديث عن الشخصية، فإن محركها الأول هي القيمة التي تسوغ سلوك الإنسان وتصرفاته. إنّ القيمة هي الكاشف الضروري الذي يكشف لنا العالم وأننا في هذا العالم لسنا في حالة حياد بل إن معرفتنا له هي معرفة متحيزة تهيمن عليها مطالبنا الآنية واحتياجاتنا. غير أن تحديد هذه المطالب والاحتياجات لم يعد مع وجود وسائل الإعلام والاتصال يتم بصورة تقليدية، بل صار لهذه الوسائل دور في ترسيخ قيم و ربما القضاء على أخرى.

وألعاب الفيديو صارت تضطلع بهذه المهمة و إن كانت لا تعطي ظاهريا الانطباع بذلك.

و لأن تصنيع هذه الألعاب يتطلب تكنولوجية عالية، صارت الدول النامية بما فيها الجزائر تابعة إلى الدول المتقدمة من خلال استيرادها لهذه الألعاب. و التبعية هنا صارت تبعية تقنية و ثقافية أيضا لأن هذه الألعاب لم تصمم للطفل الجزائري، بل هي ألعاب مصممة وفق مقاييس فنية و تجارية من خلال اهتمامها بالإثارة و الجاذبية والتشويق و تعكس في مضامينها ثقافة منتجيها.

فعندما نشاهد إنتاج ألعاب فيديو التسلية الحالية، يتضح جليا بأنها صارت أداة دعائية، ووسيلة سياسية أيضا كأي وسيلة إعلامية.

ولعبة الفيديو ليست تسلية بريئة، إنها وسيلة إعلامية تعبيرية و لأنها كذلك، فمن المنطقي أن تستخدم، وأن تحرف عن هدفها الحقيقي مثلما هو الحال مع السينما و التلفزيون و الراديو، أو الصحافة المكتوبة. هذا الاستعمال لألعاب الفيديو له أهداف وغايات ثقافية وسياسية، ولتحقيق هذه الأهداف يستعمل مضامين مشفرة ومرمّزة.

فاللاعب ينغمس في واقع معين من الحرب، لا يتم فيه اختيار الدور، بل لابد أن يتقمص دورا مفروضا عليه، لجندي أمريكي أو بريطاني أو شخصية أخرى من واقع ثقافي معين، و هو يحارب عدوا مفروضا عليه، أيضا قد لا يكون في الواقع الحقيقي عدوا.

والخطورة تكمن أيضا في إمكانية و صول اللاعب إلى التقريب بين الخيال و الواقع إلى درجة أنه يطبق مضامين ألعاب الفيديو في حياته اليومية، مما يعني تنميط السلوك على النحو الذي يرغب فيه صانعو هذه الألعاب.

وهذه الدراسة هي عبارة عن محاولة لإبراز مدى تفاعل الطفل الجزائري مع مضامين هذه الألعاب، وهذا من خلال الكشف عن القيم الظاهرة و الخفية في هذه الألعاب، و مدى تأثر الطفل الجزائري بهذه القيم.

ولتحقيق هذه الأهداف قسمت الدراسة إلى ثلاثة إطارات. إطار منهجي تضمن الخطوات المنهجية التي تم اتباعها، بدءا بالإشكالية والتساؤلات والأهداف وأهمية الدراسة والمنهج المستخدم وأدوات جمع المعلومات. كما تم تحديد مصطلحات الدراسة وتقديم نبذة عن بعض الدراسات المشابهة أو المرتبطة.

واحتوى الإطار الثاني خمسة فصول نظرية حيث تطرق الفصل الأول إلى ماهية ألعاب الفيديو، من خلال تعريفها وتحديد أنواعها وتاريخية الوسيلة وكذا مراحل إنجازها. وفي الفصل الثاني تم استعراض اقتصاديات ألعاب الفيديو، ليتم الانتقال في الفصل الثالث للحديث عن مختلف مراحل تصميم عوالم ألعاب الفيديو و التقنيات التي ترتكز عليها في عملية التصميم خصوصا ما تعلق منها بتقنيات الانغماس والخدع البصرية. وتطرق الفصل الرابع للأبعاد الاجتماعية لألعاب الفيديو، ثم الأبعاد الجسمانية في الفصل الخامس.

و تضمنت الدراسة إطارا تطبيقيا ضم فصلين. احتوى الأول تحليلا لمضامين ألعاب الفيديو، كميا وكيفيا، واحتوى الثاني على نتائج عملية دراسة تفاعل العينة المدروسة مع القيم المحتواة في ألعاب الفيديو.

و خرج الباحث بنتائج خاصة بكل جزء من جزئي الإطار التطبيقي ثم خلاصة ضمت إجابات على تساؤلات الدراسة، و توصيات واقتراحات حول الآفاق المستقبلية لدراسات عن ألعاب الفيديو في الجزائر.

الإطـــــار الـــــمـنــهــجـــي

1. موضوع الدراسة:

يتعرض هذا البحث بالدراسة إلى ألعاب الفيديو من حيث مضمونها، و جمهورها، من خلال تحليل مضمون عينة من ألعاب الفيديو الأكثر انتشارا في أوساط الأطفال الجزائريين، بهدف التعرف على خصائص هذه الألعاب من ناحيتي الشكل و المضمون.

كما تضم الدراسة استمارة استبيانية لكيفية تفاعل عينة من الأطفال مع هذه الألعاب المدروسة من أجل التعرف على الجانب التأثيري لهذه الألعاب.

بناء على ذلك ستمس الدراسة بالدرجة الأولى عنصرين من عناصر العملية الاتصالية و هما الرسالة والمستقبل، مع التطرق إلى العناصر الاتصالية الأخرى مثل المرسل ورجع الصدى عن طريق عمليتي التحليل والاستبيان.

وقد اختار الباحث ألعاب الفيديو بالذات كموضوع للدراسة لأنها منتوجات مستوردة لا يتم تصنيعها محليا، لهذا فهي غير منتجة خصيصا للطفل الجزائري الذي مع ذلك يقبل عليها بشغف كبير وقد يسقط جراء ذلك مواقف اللعب في حياته اليومية و بالتالي تصرفاته.

2. الإشكالية و التساؤلات والأهداف:

2-1. الإشكالية:

أدى انتشار ألعاب الفيديو في السنوات الأخيرة إلى بروز دورها، بوضوح في حياة الأطفال، بحيث صارت ألعاب التسلية و الترفيه للجيل الجديد و صارت تفضل على الكثير من الألعاب التقليدية التي اعتادوا ممارستها لتغطي و تفرض نفسها عليهم.

ويعود الفضل في ذلك إلى أن القائمين على صناعة هذه الألعاب يحاولون دوما محاكاة الحياة الواقعية و صياغة مضامينها من أفكار تحاكي سير الحياة العادية. و قد نجحوا في ذلك الى حد بعيد لأنهم أدخلوا مستعملها في عالم لا يمكنه فيه التفرقة بينه وبين العالم الحقيقي. فقد استطاعت ألعاب الفيديو أن تشعر مستعملها بأنه يقود سيارة سباق بالفعل أو أنه يسير في فضاء، أو يحارب عدوا، إلى درجة أنه يمكنه اختيار العوالم التي يسير فيها أو يحارب فيها أو حتى المحاربين المنافسين له سواء كانوا بشرا أو مخلوقات أخرى.

ومبعث النجاح في ذلك هو أن الألعاب تتوفر على عناصر إبهار و مؤثرات ضوئية و صوتية تشد بشكل كبير و فعال، كما أنها تعمل على محاكاة البيئات المختلفة و العوالم الجديدة التي تجعل اللاعب يتواصل مع مخيلة مصمم اللعبة و يدخل في عالمه و يتلقى ما يقدمه له من أفكار وعادات.

غير أن هذه الألعاب تتطلب تكنولوجية عالية لتصنيعها تعجز معظم الدول النامية ومن بينها الجزائر في تصنيعها لهذا تضطر إلى استيرادها لتكون بذلك تابعة من الجانبين التقني و المضموناتي لمصنعي هذه الألعاب.

هذه الألعاب لم تصنع خصيصا للطفل الجزائري، لهذا فهي قد تحمل قيما دخيلة عليه، مما يعني أن هذا الطفل صار مهددا في تنشئته الاجتماعية على النحو الذي قد يجعله يتلقى قيما غريبة عن قيم بيئته.

من أجل هذا صار طرح الإشكالية التالية ملحا : **ما مدى تأثير ألعاب الفيديو على قيم الطفل الجزائري؟**

2-2. التساؤلات:

سيحاول الباحث من خلال هذه الدراسة الإجابة عن التساؤلات التالية :

- ما هي مكانة ألعاب الفيديو ضمن النشاطات الترفيهية للطفل الجزائري ؟
- ما هو مصدر ألعاب الفيديو المفضلة لدى الطفل الجزائري ؟
- ما هي خصائص شكل ومضمون ألعاب الفيديو المفضلة لديه ؟
- ما هي القيم المحتواة في هذه الألعاب ؟
- ما هي عادات ممارسة الطفل الجزائري لهذه الألعاب ؟
- كيف يتفاعل الطفل الجزائري مع خصائص شكل ومضمون ألعاب الفيديو المفضلة لديه ؟
- كيف يتفاعل الطفل الجزائري مع القيم المحتواة في ألعاب الفيديو المفضلة لديه ؟

2- 3. أهداف الدراسة:

من خلال التساؤلات المطروحة سابقا يمكن حصر الأهداف التي تسعى الدراسة إلى تحقيقها في ما يلي:

- معرفة مكانة ألعاب الفيديو ضمن النشاطات الترفيهية للطفل الجزائري.
- معرفة مصدر ألعاب الفيديو المفضلة لدى الطفل الجزائري.
- معرفة خصائص شكل ومضمون ألعاب الفيديو المفضلة لديه.
- تحديد القيم المحتواة في هذه الألعاب.
- معرفة عادات ممارسة الطفل الجزائري لهذه الألعاب.
- معرفة مدى تفاعل الطفل الجزائري مع خصائص شكل ومضمون ألعاب الفيديو المفضلة لديه.
- معرفة كيفية تفاعل الطفل الجزائري مع القيم المحتواة في ألعاب الفيديو المفضلة لديه.

3. منهج الدراسة و أدواتها:

3-1. نوع الدراسة:

تدخل هذه الدراسة ضمن الدراسات الإمبريقية، من خلال توجهها الميداني في دراسة تفاعل الطفل الجزائري مع القيم المحتواة في ألعاب الفيديو، مستخدمة في ذلك أدوات كمية و إحصائية لجمع البيانات وتحليلها مثل تحليل مضامين عينة من ألعاب الفيديو وتحليل تفاعل جمهورها من الأطفال الجزائريين مع هذه المضامين.

3-2. مقاربة الدراسة:

بالنظر إلى طبيعة الموضوع، فقد تم اعتماد المقاربة الوظيفية في هذه الدراسة، من خلال الانطلاق من فكرة أنها دراسة للعلاقة بين الجمهور من جهة (الأطفال في هذه الحالة) و وسائل الإعلام التي يفترض أنها وسيلة لترابط المجتمع (فكرة الوظيفية) لها عدة وظائف منها مراقبة البيئة والربط بين أجزاء المجتمع وأيضا وهذا هو المهم في دراستنا هذه نقل الإرث الاجتماعي والثقافي من جيل لآخر. وألعاب الفيديو كما هو معلوم وسائل إعلام تحمل قيما ومضامين ثقافية وهي مصممة لمجتمعات بعينها، ومن ثم تؤدي وظائف مرتبطة بخصوصية المجتمع الذي تنتمي إليه. على هذا الأساس تصبح دراسة تأثيرها على المجتمعات التي لم تصمم لها خصيصا أكثر من ضرورة.

تبقى الإشارة هنا، إلى أنّ الباحث لم يرد الاعتماد على نظرية بعينها في هذه الدراسة من أجل إسقاطها على الدراسة المذكورة. ومبررات هذا القرار عديدة، منها اهتمامه بالدرجة الأولى بموضوع الدراسة ومن ثم اعتقاده أن اختيار نظرية بعينها قد يحصر الباحث وقد لا يعطي سوى تفسيرات جزئية لا تغطي الظاهرة ككل. ينضاف إلى ذلك اعتقاد الباحث بأن الوسيلة الإعلامية المدروسة تتميز بخصوصية عن بقية الوسائل الإعلامية، مما يوسع من دائرة النظريات التي تتيح تقديم تفسيرات لمختلف مكونات الظاهرة، من نظريات إعلامية إلى نظريات اللعب وغيرها.

3-3. منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على المنهج المسحي سواء تعلق الأمربمسح مضمون ألعاب الفيديو التي تنتشر في السوق الجزائرية أو مسح جمهور هذه الألعاب من الأطفال.

ويعرف المنهج المسحي بأنه " جهد منظم للحصول على بيانات و معلومات و أوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث من عدد من المفردات المكونة لمجتمع البحث".**(1)**

وهو أيضا " تصوير للوضع الراهن و تحديد للعلاقات التي توجد بين الظاهرات و الاتجاهات" **(2)** كما أنه "ليس مجرد وصف لما هو ظاهر للعيان بل إنه يتضمن الكثير من التقصي، ومعرفة الأسباب و المسببات لما هو ظاهر للعيان".**(3)**

واستعنا هنا في القيام بالمسح بتقنية تحليل المضمون بالنسبة للجزء المتعلق بدراسة مضامين ألعاب الفيديو والتي تعرف بأنها "أداة بحث تهدف إلى تحليل المحتوى الظاهري لمادة الاتصال عن طريق تبويب خصائص المضمون وتصنيفها وفقا لقواعد يحددها الباحث تحديدا علميا يساعده على الوصول إلى نتائج ذات مغزى عن طريق العد و الإحصاء و كذلك الاهتمام بجوانب المعاني و العلاقات بين المعاني "**(4)** أي أن تحليل المضمون لا يكتفي بالمعاني الظاهرة فقط بل الكامنة أيضا.

وتقوم هذه الأداة على "جمع البيانات وتصنيفها وتبويبها ومحاولة إعطاء تفسير وتحليل لها من أجل قياس ومعرفة أثر وتأثير العوامل على أحداث الظاهرة محل الدراسة من أجل استخلاص النتائج ومعرفة كيفية الضبط و التحكم في هذه العوامل وأيضا التنبؤ بسلوك الظاهرة محل الدراسة في المستقبل".**(5)**

أما فيما يخص الجزء المتعلق بتفاعل العينة مع مضامين ألعاب الفيديو فقد تم الاعتماد على الاستمارة الاستبيانية.

وبإسقاط التعاريف السابقة للمنهج المسحي لوجدنا أن دراستنا عبارة عن "تصوير للوضع الراهن" بمعرفة عادات استعمال ألعاب الفيديو وهذا بغرض "تحديد العلاقات التي توجد بين الظاهرات والاتجاهات " من خلال معرفة تأثير ألعاب الفيديو، على قيم عينة الدراسة.

3-4. أدوات الدراسة:

3-4-1. تحليل المضمون:

اعتمد الباحث في هذه الدراسة على أداة تحليل المضمون من أجل تحليل عينة من ألعاب الفيديو المفضلة لدى الأطفال المدروسين. وتحليل المضمون كما تعرفه نوال محمد عمر هو "تفكيك ما ينتجه القائمون على وسائل الاتصال الجماهيري المكتوبة والمسموعة والمرئية من مضامين اتصالية متنوعة إلى أجزاء مادية، تسمح بكشف الرموز والصيغ المختلفة المستخدمة في التعبير عن القيم والأفكار المراد تبليغها إلى الطرف الآخر في عملية الاتصال **(6)**.

كما يتضح من التعريف، سيسعى الباحث من خلال الجزء التحليلي من هذه الدراسة، إلى تفكيك مضامين ألعاب الفيديو من أجل الكشف عن الرموز والصيغ المستخدمة فيها للتعبير عن القيم والأفكار من طرف منتجيها والمراد تبليغها إلى مستهلك هذه الألعاب.

ومن ثم لن يتم الاكتفاء بوصف المحتوى الظاهري لألعاب الفيديو بل سيتم أيضا الاهتمام بالمعاني الكامنة فيها.

وقد تم في عملية تحليل المضمون، إتباع الخطوات التي فصلها كل من روجر ويمر وجوزيف دومينيك (7):

1. مجتمع البحث: مجتمع البحث في دراستنا هذه هو القائمة الكلية التي تضم كل أسماء ألعاب الفيديو التي ذكرها الأطفال في استمارتهم الأولى (أنظر الملحق رقم 1). وقد بلغ عدد هذه الألعاب 170 لعبة.

2. العينة المعتمدة في التحليل: بالنظر إلى صعوبة تحليل مضامين كل ألعاب الفيديو المذكورة من قبل الأطفال المبحوثين، قرر الباحث اعتماد مبدأ المعاينة من خلال اختيار 25 لعبة، وهو ما يمثل قرابة 15 بالمائة من الألعاب المذكورة. وحتى تكون العينة تمثيلية، فقد تم في البداية اختيار تمثيل كل صنف من أصناف ألعاب الفيديو ضمن العينة وفق التمثيل النسبي لكل صنف في العدد الإجمالي (أنظر الجدول رقم 15) واختيرت بعدها الألعاب الأكثر ترددا ضمن كل صنف.

وعلى هذا الأساس كانت عينة ألعاب الفيديو المختارة وفق التصنيف المعتمد كالتالي:

الجدول رقم (01): عينة ألعاب الفيديو المختارة للتحليل من حيث أنواعها

نوع اللعبة	العدد
ألعاب المغامرات	13
ألعاب القتال	02
ألعاب الرمي	01
ألعاب المحاكاة الواقعية	04
ألعاب المحاكاة الرياضية	04
الألعاب التقليدية	01
المجموع	25

يذكر أن ألعاب المغامرات والقتال والرمي هي من ألعاب الحركة وفق التصنيف المعتمد في هذه الدراسة، بينما تصنف ألعاب المحاكاة الواقعية والمحاكاة الرياضية ضمن ألعاب المحاكاة، بينما تعد الألعاب التقليدية صنفا قائما بذاته.

وفيما يلي القائمة الاسمية لألعاب الفيديو المختارة من أجل عملية التحليل:

الجدول رقم (02): القائمة الاسمية لألعاب الفيديو المختارة للتحليل:

اسم اللعبة	نوعها
1. السرقة الكبيرة للسيارات 3 – "Grand Theft Auto III"	المغامرات
2. تومب رايدر الأسطورة - "Tomb Raider Legend"	المغامرات
3. ريزيدانت إيفايل 2 – " Resident Evil 2"	المغامرات
4. جيمس بوند 007 – "James Bond 007 : Quitte ou double "	المغامرات
5. دراغون بول زاد تينكيشي Tenkaichi Dragon Ball Z Budokai"	المغامرات
6. برينس أوف بيرسيا (أمير الفرس) – المملكتان – "Prince of persia – Les deux Royaumes"	المغامرات
7. عودة سوبرمان - "Superman returns"	المغامرات
8. باتمان الثأر – "Batman vengeances":	المغامرات
9. مغامرات جاكي شان – "Jackie Chan Adventures"	المغامرات
10. سبايدرمان 2 – Spiderman 2	المغامرات
11. باربي – مغامرة الفروسية Barbie – Horse adventure	المغامرات
12. درايفر2 (السائق) – " Driver2"	المغامرات
13. ماريو - Mario	المغامرات
14. تيكين3 – "Tekken 3"	القتال
15. ستريت فايتر (شارع المقتلين) أو إيكس+ - "Street Fighter EX+"	القتال
16. كونتر سترايك (Counter Strike 1.6)	الرمي
17. كرايزي تاكسي 3 – "Crazy Taxi 3"	المحاكاة الواقعية
18. غران توريسمو (السياحة الكبيرة) "Gran Tourismo 4"	المحاكاة الواقعية
19. موتو كينغ" – "Moto king"	المحاكاة الواقعية
20. نيد فور سبيد – بورسويت أنفيرنال – "Need for speed – Poursuite infernale"	المحاكاة الواقعية
21. بي أو أس 4 – "PES4"	المحاكاة الرياضية
22. بي أو أس 6 – "PES6"	المحاكاة الرياضية
23. فيفا 2006 – "FIFA 2006"	المحاكاة الرياضية
24. أن بي أي لايف 2003" – " NBA Live2000"	المحاكاة الرياضية
25. سوليتار – "Solitaire"	التقليدية

3 - فئات و وحدات التحليل : بغرض القيام بوصف موضوعي وكمي لمضامين ألعاب الفيديو لجأ الباحث إلى تصنيف محتويات هذه الألعاب في إطار عدد من الفئات، بحيث تجيب كل فئة من فئات التحليل عن فرضية من فرضيات الدراسة المتعلقة بمضمون هذه الألعاب.

و استخدم نـوعان من فئات التحليل وهي فئات **ماذا قيل؟** أي فئات المضمون و فئات **كيف قيل؟** وهي تتعلق بالشكل الذي قدم به المضمون.

وأدرجت فئات القيم ضمن فئات المضمون (ماذا قيل؟). ولأن أي باحث يملك حرية الاعتماد على مقاييس القيم المعروفة في تحديد سلم للقيم المعتمد، أو صياغة سلم يتناسب وطبيعة الدراسة التي هو بصدد

إجرائها، فقد لجأ الباحث إلى هذا الخيار الأخير مصنفا أربعة أنواع من القيم اعتمدت في استمارة تحليل المضمون وهي فيما يلي تلك التي ينظر إليها بشكل إيجابي، علما أن لديها ما يقابلها من قيم سلبية:

- قيم أخلاقية: الصدق – الوفاء – الرحمة – العدل – الصبر.

- قيم حركية وجسمانية : الحذر – القوة – المهارة – السرعة – الجمال.

- قيم اجتماعية: التضحية – مساعدة الغير – التعاون– النظافة.

- قيم عقلية: التخطيط – النظام – التكيف – الذكاء.

- قيم نفسية: الشجاعة –المجازفة– المثابرة.

واعتمدت الدراسة على وحدة تحليل تتمثل في لعبة الفيديو، لهذا لن يتم احتساب عدد توافر خاصية ما في كل لعبة فيديو، وإنما توافرها من عدمه. ومثالا على ذلك، سيتم في التحليل معرفة مدى تواجد قيمة بعينها في مضمون اللعبة من عدمه ولن يتم احتساب كم مرة تكررت، لصعوبة القيام بذلك في 25 لعبة من ألعاب الفيديو المختارة للتحليل.

ولتحليل مضمون كل لعبة من ألعاب الفيديو صممت استمارة تحليل تضمنت ما يلي:

– البيانات الأولية : وهي عبارة عن بطاقة تعريفية باللعبة حيث تتضمن اسم لعبة الفيديو والأداة الممكنة للعب والبلد المصنع للعبة والشركة المصنعة لها والجمهور الموجهة له وكيفية ممارستها (بشكل فردي أو جماعي .... إلخ).

– فئات ماذا قيل ؟ : وهي الفئات التي ستعمل على وصف مضمون لعبة الفيديو من خلال إبراز المعاني الظاهرة والضمنية. ونجد ضمن هذه الفئات تحديد نوع اللعبة، إن كانت ألعاب الحركة أو ألعاب الإستراتيجية أو ألعاب المحاكاة أو ألعاب تقليدية أو حتى ألعاب غير مصنفة. كما تتناول أيضا القيم المحتواة في اللعبة ظاهرية كانت أو ضمنية (قيم البطل وقيم عدو أو منافس البطل)، والإطارين الزماني والمكاني لأحداث اللعبة، وخصائص البطل ونوع التحديات التي تواجهه.

– فئات كيف قيل ؟ : وهي الفئات التي تتناول الأشكال التعبيرية المستخدمة في كل لعبة فيديو من خلال وصف وسائل التعبير والمعالجة الفنية للرسوم أو الصور والألوان وخصائص الجنيريك ونوع الحركات والمؤثرات الصوتية المستخدمة إضافة إلى نوع اللغة اللفظية.

4- صدق وثبات التحليل:

- صدق التحليل: قبل القيام بعملية تحليل مضامين أي مادة إعلامية من الضروري معرفة صدق التحليل الذي يعرف بأنه دراسة أو اختبار مدى ملاءمة أدوات وطرق القياس المستخدمة في التحليل الكمي للظاهرة موضوع البحث، ودرجة صلاحها، لتوفير المعلومات المطلوبة والمحققة لأهداف الدراسة **(8).**

وللتحقق من صلاحية أداة التحليل في حالتنا هذه، تم توزيع دليل استمارة تحليل المضمون على مجموعة من الأساتذة المختصين*، من أجل إبداء ملاحظاتهم عنها. وبعد النظر في الملاحظات المقدمة والقيام ببعض التصحيحات، جربت الاستمارة على عينة محدودة من ألعاب الفيديو (خمسة ألعاب) لمعرفة العوائق المحتملة والقيام بالتعديلات التي تفرض نفسها.

- ثبات التحليل: يعد قياس ثبات التحليل مرحلة هامة ضمن خطوات تحليل المضمون، فهو يسمح بقياس مدى استقلالية المعلومات عن أدوات القياس بذاته، مما يعني التوصل إلى نفس النتائج عند توافر نفس الظروف.

لذلك قام الباحث بتوزيع دليل التعريفات الإجرائية للمؤشرات من أجل ترميزها، وقمنا بترجمة تلك الرموز إلى المعادلة التالية:

تطبيقا لمعادلة "هولستي" لقياس درجة التجانس بين المحللين والمتمثلة في:

$$\text{معامل الثبات} = \frac{\text{ن (متوسط الاتفاق)}}{1 + \text{(ن-1) (متوسط الاتفاق بين المحللين)}}$$

وكانت النتائج بناء على ذلك كالتالي"

نسبة الاتفاق بين المرمزين:

بين أ و ب= 0.22 ، بين أ و ت= 0.82 ، بين أ و ث= 0.78

بين ب و ت= 0.21 ، بين ب و ث= 0.24 ، بين ت و ث= 0.90

$$\text{متوسط الاتفاق كان:} \quad \frac{3.17}{6} = 0.53$$

وبالتالي حصلنا على معامل ثبات يقدر ب:

$$\text{معامل الثبات} = \frac{0.53 \times 4}{1 + 0.53\,(4-1)} = \frac{2.12}{2.59} = \mathbf{0.82}$$

تؤكد هذه النسبة على صلاحية أدوات التحليل المستخدمة في هذه الدراسة.

2-4-3. الاستمارة الاستبيانية:

اعتمد الباحث بالإضافة إلى تحليل المضمون على الاستمارة الاستبيانية التي تعرف بأنها "وسيلة من وسائل جمع البيانات، تعتمد على مجموعة من الأسئلة التي توجه للأفراد حول موضوع الدراسة بغرض الإجابة عنها من قبلهم، حتى يتمكن من تحليلها فيما بعد" **(9)**.

وقد استخدم الباحث استمارتين في هذه الدراسة. الاستمارة الأولى ضمت بيانات شخصية حتى تتسنى العودة إلى ذات المستجوبين من أجل تقديم الاستمارة الموالية، وكانت تهدف إلى معرفة ألعاب الفيديو المفضلة لدى العينة المدروسة ومنها استخرجت عينة التحليل. أما الاستمارة الثانية فهي الأهم وهي التي صممت متوافقة مع استمارة تحليل المضمون في عمومها، بالنظر إلى أن هدفها هو معرفة مدى تفاعل العينة المدروسة مع القيم المحتواة في ألعاب الفيديو والخصائص الشكلية لهذه الألعاب.

أ. وصف الاستمارة:

تضمنت الاستمارة الاستبيانية (الثانية) أسئلة مغلقة وهي تلك التي تتطلب إجابات محددة، وقد كانت على نوعين. الأسئلة التي تحتمل إجابة واحدة والأسئلة التي تتضمن أكثر من إجابة من الإجابات المقترحة. كما تضمنت الاستمارة أسئلة مفتوحة وهي تلك التي تعطي للمبحوث حرية مطلقة للإجابة، وكذلك أسئلة نصف مغلقة بحيث يمكن للمستجوب أن يختار جوابا خارج الاقتراحات وأن يعقب على إجابته. واستعمل الباحث أيضا أسئلة الترتيب.

وبالنظر إلى خصوصية العينة المدروسة (أطفال من 9 إلى 12 سنة)، حاول الباحث تبسيط الأسئلة قدر الإمكان، حتى يحدث الفهم المباشر. وتعمد الباحث الاعتماد على الأسئلة المفتوحة في المحاور التي تستهدف معرفة أخلاق وأهداف المبحوثين، حتى يتم استنباط القيم التي تحويها، مع محاولة الباحث عند الاستنباط، الربط قدر الإمكان بين التعابير المستخدمة والتعريفات الواردة في دليل التعريفات الإجرائية الخاص باستمارة تحليل المضمون. واستبعد الباحث أي إجابة لا تحمل أي تعبير سليم ومفهوم يمكن من التقريب مع المؤشرات المذكورة في استمارة التحليل.

وعلى هذا الأساس يمكن تفصيل الأسئلة الواردة والأهداف المتوخاة منها كما يلي:

. السؤال 01 يهدف إلى معرفة مكانة ألعاب الفيديو ضمن النشاطات الترفيهية المفضلة للعينة المدروسة.

. الأسئلة 02 و 03 و 04 و تهدف إلى معرفة الآلات المستخدمة في ممارسة ألعاب الفيديو و الألعاب المفضلة لدى العينة وعدد هذه الألعاب (بالتقريب).

. السؤالان 05 و 06 يهدفان إلى معرفة كيف ومتى تقتني العينة المدروسة ألعاب فيديو جديدة.

. الأسئلة 07 و 08 و 9 تهدف إلى معرفة عادات اللعب.

. السؤالان 10 و 11 يهدفان إلى معرفة شركاء اللعب وأماكن اللعب المفضلة لدى المبحوثين.

. السؤال رقم 12 يهدف إلى معرفة ترتيب الأمور المفضلة لدى العينة المدروسة في ألعاب الفيديو.

. وتستفسر الأسئلة رقم 13 و 14 و 15 عن الإطارين الزمني والمكاني لأحداث ألعاب الفيديو المفضلة لدى العينة المدروسة.

. الأسئلة رقم 16 و 17 و 18 تهدف إلى معرفة تفاعل العينة المدروسة مع أبطال ألعاب الفيديو.

. السؤال رقم 19 يهدف إلى معرفة مدى إمكانية حصول أحداث ألعاب الفيديو في الواقع حسب العينة.

. السؤالان 20 و 21 يهدفان إلى معرفة الأشياء المتعلمة من قبل المبحوثين من ممارسة ألعاب الفيديو وترتيبهم للقدرات التي تسمح للاعب بالفوز.

. السؤال رقم 22 يهدف إلى معرفة مدى ارتباط المبحوثين بألعابهم من خلال معرفة تصرفهم عند الخسارة.

. الأسئلة 23 و 24 و 25 و 26 تهدف إلى التعرف على خصائص بطل ألعاب الفيديو المفضل لدى المبحوثين والقدرات التي يحبونها فيه وكذا أخلاقه و الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها. (هذه الأسئلة بالإضافة إلى السؤالين 20 و 21 يسمحان باستنباط القيم التي تأثرت بها العينة المدروسة).

. السؤالان 27 28 يهدفان إلى معرفة الأخلاق التي يتصف بها عدو أو منافس البطل في ألعاب الفيديو المفضلة لدى المبحوثين وكذا الأهداف التي يسعى هؤلاء إلى تحقيقها. (السؤال يسمح بالتعرف على القيم التي تعد سلبية من منظور العينة المدروسة).

. كما تتضمن الاستمارة مجموعة من الأسئلة الخاصة بالبيانات الشخصية التي سمحت باستخراج متغيرات الدراسة الثلاث وهي الجنس ومكان الإقامة و المستوى المعيشي.

ب- التحكيم والاختبار القبلي للاستمارة:

بعد صياغة الاستمارة، قام الباحث بتوزيعها على مجموعة من الأساتذة المحكمين والمختصين في الدراسات الاستطلاعية ** والذين قدموا ملاحظات حول مدى مطابقة أسئلتها لأهداف الدراسة. وبناء على تلك الملاحظات تم تعديل الاستمارة و صيغت بشكل شبه نهائي. ثم وزعت الاستمارة على جزء من

العينة المدروسة (24 طفلا) ولوحظ أن غالبية الأطفال لم تستشكل عليهم الأسئلة، لذا تم الاحتفاظ بالصيغة التي حررت بها.

ج - تفريغ البيانات وجدولتها: استخدم الباحث في عملية تفريغ الاستمارات على برنامج SPSS الذي يعد من أهم البرامج استخداما في عمليات سبر الآراء.

د - تحليل وتفسير البيانات: استخدم الباحث في تحليل وتفسير النتائج على النسب المئوية و على اختبار كا2 الذي يتيح معرفة إذا ما كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات المبحوثين بحسب المتغيرات المستخدمة. ولم تتضمن الجداول على قيمة كا2 وإنما على قيمة P التي تدل على مستوى دلالة الفروق من عدمها. فعند تجاوزها قيمة 0.05 (95 بالمائة) يدل ذلك على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية، بينما تدل عندما تكون أقل من 0.05 على وجود فروق ذات دلالة إحصائية.

3-4-3. عينة الدراسة:

تم اختيار عينة هذه الدراسة من بين الأطفال المتمدرسين الذين تتراوح أعمارهم ما بين 9 و12 سنة أي تلاميذ المرحلة الابتدائية.

ويعود اختيار هذه الفئة العمرية للاعتبارات التالية:

يكون الطفل فيها في مرحلة الطفولة المتأخرة و التي تتميز بالنمو الجسمي والعقلي والانفعالي والاجتماعي. فمن الناحية الجسمانية ينمو طفل هذه المرحلة تدريجيا فيتحسن إبصاره وتنضج دقة السمع لديه ويميل إلى اللعب المنظم القوي الذي يحتاج إلى تعبير عضلي. ومن ناحية النمو العقلي، يتسم طفل هذه المرحلة بالقدرة العقلية الفطرية العامة و بنمو التفكير والقدرة على الكشف عن العلاقات البسيطة سواء الزمان أو المكان وتزداد حدة الانتباه لديه وتنمو قدرته على التذكر بشكل مطرد وهو تذكر مبني على الفهم.

كما تنمو لدى طفل المرحلة المتأخرة القدرة على التفكير بالصور البصرية وتقترب تخيلاته من الصيغة الواقعية.

ومن الناحية الانفعالية، يبدأ طفل هذه المرحلة بالاتسام بالهدوء والاستقرار وتزداد قدرته على ضبط النفس وعلى ضبط المشاعر وكبتها، كما تقل في هذه المرحلة مخاوف الطفل ويزداد حذره وتنمو لديه مخاوف من نوع جديد، مخاوف مرتبطة بالفشل فيما يقوم به. أما من الناحية الاجتماعية فيميل طفل المرحلة المتأخرة إلى الاندماج في مجموعة من أقرانه، كما يميل إلى الولاء والتعاون معهم. وتنمو في الطفل روح المنافسة المنظمة.**(10)**

إذا وعلى العموم تتسم مرحلة الطفولة المتأخرة بالمبادرة العقلية و التصميم و طلاقة الأفكار والاستثارة العقلية والحاجة إلى الفهم. و تنمو في هذه المرحلة أيضا، المفاهيم والمدركات الكلية و تتحدد

قدرة الطفل على التفسير و التقييم و ملاحظة الفروق، كما تزداد القدرة على التركيز وتظهر قدرات الطفل على التخيل الإبداعي، وتبدأ المعايير والمفاهيم المجردة في النمو كمفاهيم الظلم و العدل و الخير و الشر والثواب والعقاب بغض النظر عن الظروف التي تحدث فيها.**(11)**

وفي دراستنا هذه يتمثل مجتمع البحث في كل الأطفال الجزائريين الذين يتراوح سنهم ما بين 09 و 12 عاما والذين يمارسون ألعاب الفيديو. ومن ثم فإن تحديد حجم مجتمع البحث بدقة شبه مستحيل لغياب إحصائيات دقيقة عن حجم هذه الفئة العمرية أصلا ناهيك عن من يمارسون ألعاب الفيديو من هذه الفئة أصلا. وتندرج هذه الفئة العمرية ضمن فئتين عمريتين مستخدمتين في الإحصاء السكاني للجزائر وهي فئة 5-9 أعوام و 10-14 عاما. وعدد الأطفال المنتمين إلى هاتين الفئتين العمريتين حسب الإحصاء السكاني لعام 1997 هو 7342882 نسمة **(12).**

أما عن نوع العينة المعتمدة فقد تم اختيار العينة الجغرافية ثم العينة القصدية.

ويجد اعتماد العينة الجغرافية مبررا له في رغبتنا في اختيار عينة من كل جهات البلاد حتى يكون هنالك قدر من التمثيلية للوطن ككل. لذا تم الاعتماد على الإحصاء السكاني لعام 1997 حيث تم ترتيب الولايات على أساس حجم الفئتين العمريتين (05-09 سنوات) و (10-14 سنة) واللتين تحويان الفئة العمرية المستهدفة في هذه الدراسة. بعدها قسمت الولايات إلى أربعة مناطق هي الوسط والجنوب والشرق والغرب، ثم اختيرت ولاية واحدة من كل منطقة وهي الولاية التي تضم أكبر عدد من الأطفال المنتمين للفئتين العمريتين السابقتي الذكر.

ووقع الاختيار جراء ذلك على ولايات : الجزائر (عن الوسط) - سطيف (عن الشرق) – وهران (عن الغرب) – ورقلة (عن الجنوب). وتبقى الإشارة هنا إلى أن إشكالا طرح مع ولاية بسكرة، هل تصنف ضمن ولايات الجنوب أو ولايات الشرق؟، لتصنف أخيرا ضمن ولايات الشرق، بعد الارتكاز على خريطة الجزائر***.

الجدول رقم (3): عدد الأطفال المنتمين إلى فئتي 5-9 أعوام و 10-14 عاما في الولايات المختارة**(13)**

الولايات	5-9 أعوام	10-14 عاما	المجموع
1. الجزائر	242987	256605	499592
2. سطيف	174689	184166	358855
3. وهران	123210	135651	258861
4. ورقلة	66102	63396	129498
المجموع	606988	639818	1246806

ثم انتقل الباحث لتحديد حصة الذكور والإناث في كل ولاية، وبالاعتماد على ذات الإحصاء السكاني.

الجدول رقم (4): عدد الأطفال المنتمين إلى فئتي 5-9 أعوام و 10-14 عاما في الولايات المختارة وفق متغير الجنس.

الولايات	الذكور	الإناث	المجموع
1. الجزائر	254074	245520	499592
2. سطيف	182870	175987	358855
3. وهران	131268	127593	258861
4. ورقلة	65974	63523	129498
المجموع	634186	612623	1246806

بعد تحديد الولايات الأربع، قام الباحث بتحديد النسب التمثيلية لكل ولاية ضمن العينة الإجمالية، فكانت النتائج على النحو التالي:

الجدول رقم (5): النسب التمثيلية لكل ولاية ضمن العينة الإجمالية:

الولايات	عدد الأطفال	النسبة المئوية
1. الجزائر	499592	40.07
2. سطيف	358855	28.78
3. وهران	258861	20.76
4. ورقلة	129498	10.39
المجموع	1246806	100

الجدول رقم (6): النسب التمثيلية للإناث والذكور في كل ولاية ضمن العينة الإجمالية:

الولايات	نسبة الذكور	نسبة الإناث	المجموع
1. الجزائر	50.86	49.14	100
2. سطيف	50.96	49.04	100
3. وهران	50.71	49.29	100
4. ورقلة	50.95	49.05	100

وبخصوص حجم العينة، فقد حددها الباحث في بداية الأمر ب400 طفل، لكن بعد توزيع الاستمارات، ومعاينتها بدقة، تم تقليص العدد إلى 240 طفلا يمثلون الولايات الأربع ووفق التمثيل النسبي لكل ولاية وأيضا وفق التمثيل النسبي للذكور والإناث ضمن كل ولاية. فكانت خصائص العينة وفق متغيرات الدراسة على النحو التالي:

1. وفق متغير الجنس:

الجدول رقم (07): توزيع العينة وفق متغير الجنس

الجنس	التكرارات	النسبة المئوية
ذكر	123	51.25
أنثى	117	48.75
المجموع	240	100

2. وفق متغير مكان الإقامة:

الجدول رقم (08): توزيع العينة وفق ولايات الإقامة

المدن	التكرارات	النسبة المئوية
الجزائر	96	40.00
سطيف	69	28.75
وهران	51	21.25
ورقلة	24	10.00
المجموع	240	100

تجدر الإشارة إلى أن هذه النسب المئوية لا تتوافق تماما مع معطيات الجدول رقم (3)، لاستحالة الحصول على عدد طبيعي (بدون فواصل).

3. وفق متغير المستوى المعيشي:

وجد الباحث صعوبات في توزيع العينة وفق هذا المتغير بالنظر إلى عدم وجود معايير مضبوطة للتقسيم تراعي المستوى المعيشي في المجتمع الجزائري ووفق الاختلافات الموجودة بين ولايات الوطن أيضا.

وبناء على الاستمارة التي وزعها الباحث والتي استفسر فيها عن وظيفة الأولياء، اعتمد على المعايير التالية:

. **المستوى فوق المتوسط:** وتصنف ضمنه وحدة العينة التي يكون والداها أو أحدهما إطار أو تاجر أو رجل (امرأة) أعمال.

. **المستوى المتوسط:** وتصنف ضمنه وحدة العينة التي يكون فيها أحد الوالدين أو كليهما موظف، أو كلا الوالدين عامل.

. **المستوى تحت المتوسط:** وتصنف ضمنه وحدة العينة التي يكون فيها أحد الوالدين أو كلاهما عامل أو أحدهما أو كليهما عاطل عن العمل.

ويشار أيضا إلى أن الباحث اعتمد على أسئلة مساعدة للكشف عن الانتماء للمستويات المعيشية من مثل نوع السكن وعدد الغرف.

وبناء على هذا التصنيف، وبعد تحليل نتائج الاستبيان من خلال برنامج SPSS، حصلنا على الخصائص التالية:

الجدول رقم (09): توزيع العينة وفق متغيري المستوى المعيشي وولاية الإقامة

المستوى المعيشي	الولاية	. التكرارات	مجموع التكرارات	النسبة المئوية
تحت المتوسط	الجزائر	34	78	32.50
	سطيف	16		
	وهران	20		
	ورقلة	08		
متوسط	الجزائر	39	82	34.17
	سطيف	21		
	وهران	14		
	ورقلة	08		
فوق المتوسط	الجزائر	23	80	33.33
	سطيف	32		
	وهران	17		
	ورقلة	08		
المجموع	--	--	240	100

و قرر الباحث الاستغناء عن متغير السن، بحكم أن العينة المختارة تنتمي إلى نفس الفئة في معيار الاختيار الأول والمتمثل في مرحلة الطفولة المتأخرة والتي يتقارب سنها (9-12 عاما) وتتسم بنفس الخصائص على العموم.

أما عن اختيار وحدات العينة في حد ذاتها، وبحكم أن الباحث قرر توزيع استمارتين، لذات العينة، على أن تسلم الثانية أربعة أشهر بعد تسليم الأولى، فقد اختيرت (الوحدات) بشكل قصدي ومن مؤسسات تربوية (مدارس ابتدائية)، حتى يتسنى العودة إليها بسهولة.

ووزعت الاستمارة الأولى في شهر جانفي 2007، بينما وزعت الثانية في شهر ماي من نفس العام. وتبقى الإشارة إلى أن الباحث تعمد ترك فترة ثلاثة إلى أربعة أشهر ما بين الاستمارتين الأولى والثانية، حتى يتسنى له معرفة مدى ثبات عادات اللعب وأنواع ألعاب الفيديو المفضلة لدى المبحوثين.

4. تحديد المفاهيم:

4-1. الـقـيـــم:

أ - القيم لغة:

القيم جمع لكلمة قيمة وهي مشتقة من الفعل الثلاثي قوم، وهو يأتي على معاني مختلفة سيتم إيراد بعضها بما يتوافق وأغراض هذه الدراسة.

وقام قوما و قياما و قومة: انتصب واقفا، و قام الأمر: اعتدل، وقام الحق: ظهر وقام على الأمر: دام وثبت، وقيمة الشيء قدره.

وقيمة المتاع: ثمنه، وأمر قيّم: مستقيم، والأمّة القيّمة: المستقيمة المعتدلة.**(14)**

إذا من معاني القيمة: الدوام و الثبات والاستقامة، والكمال، لذا يقال "ماله قيمة، إذا لم يدم على الشيء ولم يثبت".**(15)**

وقد وردت القيمة في القرآن الكريم باشتقاقاتها المختلفة ومعانيها المتعددة، نورد البعض منها: قال الله عزّ و جلّ:

- **"ليسوا سواء من أهل الكتاب أمة قائمة يتلون آيات الله"(16)** بمعنى المواظبة على الدين والقيام به.**(17)**

- **"مادمت عليه قائما"(18)** أي ملازما محافظا.**(19)**

- **"الرجال قوامون على النساء"(20)** بمعنى المحافظة والإصلاح.**(21)**

- **"ولا تؤتوا السفهاء أموالكم التي جعل الله لكم قياما"(22)**. بمعنى تقيكم أي الأموال التي جعلها لكم لتقيم شأنكم، وتقوم بأمركم. **(23)**

- **"قل يا أهل الكتاب لستم على شيء حتى تقيموا التوراة والإنجيل"(24)**. أي توفون حقوقها بالعلم و العمل.**(25)**

- **"دينا قيما" (26)** أي مستقيما.**(27)**

والكلمة الفرنسية **Valeur**، لاتينية الأصل، فهي مأخوذة من الفعل المصّرف **Valeo** الذي معناه:" أنا قوي" **" je suis fort "**، أنا بصحة جيّدة " **je suis en bonne santé** "، و هو معنى يتضمن فكرة الفعالية **efficience** والتأثير**efficacité** والملائمة **adéquation** ومعنى تشير إليه الكلمة الفرنسية في استعمالها اللغوي حيث تدل على القوة والشجاعة.**(28)**

يقول الشاعر الروائي" كورناي" corneille " إن القيمة لا تنتظر عدد السنين « la valeur n'attend pas le volume des années »، و يعني أن الشجاعة لا تتطلب عمرا متقدما وسنين طويلة لتظهر، فهي من الأخلاق التي يمكن أن تبدو آثارها لدى الشجعان و لو كانوا

أطفالا. وعليه فكلمة القيمة بهذا المعنى تدل على صفة شخصية تعير صاحبها مقاما مرموقا في مجتمعه ما دامت زينة له يتحلى بها في معارك الحياة.**(29)**

ب - القيم اصطلاحا:

اختلف المفكرون في معنى القيم و نظرتهم إليها اختلافات كبيرة، فبينما يرى فريق منهم رأيا خاصا في معنى القيم، يرى غيره رأيا يناقضه كل التناقض، مما حدا بكثير من المؤلفين إلى تمييز دراستها بالتضارب البيّن.

ومن هؤلاء على سبيل المثال لا الحصر " فون مرنج Von Mering الذي يقول: " هناك في ميدان البحوث في القيم، على وجه الخصوص، جدب في النظريات المتناسقة، وخصب في النظريات المتضاربة"، وكذلك نذكر الفيلسوف " جون ديوي " الذي يقول : "إن الآراء حول موضوع القيم تتفاوت بين الاعتقاد من ناحية بأن ما يسمى قيما ليس في الواقع سوى إشارات انفعالية أو مجرد تعبيرات صوتية، وبين الاعتقاد في الطرف المقابل، بأن معايير القبلية العقلية ضرورية، ويقوم على أساسها كل من الفن والعلم والأخلاق.

والواقع أن أهمية دراسة القيم لا تقف داخل نطاق الفكر الفلسفي وحده، بل تتعداه، فالقيم من المفاهيم الجوهرية في جميع ميادين الحياة الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، وهي تمس العلاقات الإنسانية بكافة صورها.**(30)**

من أجل ذلك، فإن تعدد مشارب الدارسين وكذا ارتباط ما يعنيه مصطلح القيمة لدى أي مجتمع بطبيعة الفلسفة التي تحكم نظرة ذلك المجتمع إلى كل من الفرد والكون والحياة هو السبب الذي يكمن وراء ذلك الاختلاف.

ويحاول الباحث في العرض التالي، الوقوف عند مفهوم القيم بحسب اختلاف آراء الباحثين وتعدد المجالات التي تناولت هذا المفهوم بالدراسة، مع محاولة تبيان حقيقة التضارب الحاصل.

ـ القيم في الدراسات الفلسفية:

تعد القيم أحد المباحث الأساسية التي اهتم بها كثير من الفلاسفة قديما وحديثا، وهي من المفاهيم الفلسفية التي كانت ومازالت إلى حد كبير محورا لخلافات أساسية بين المدارس والمذاهب الفلسفية المتعددة المختلفة. فالآراء حول ذلك المصطلح لدى أولئك الفلاسفة تختلف اختلافا كبيرا تبعا لاختلاف المفكرين أنفسهم.

والقيم في مفهوم أولئك الفلاسفة تنقسم إلى ثلاثة أقسام كبرى تنضوي تحتها شتى المعاني التي تضبط مسالك الإنسان في خضم حياته وهي: الحق والخير والجمال، وفي مقابل ذلك تأتي هذه الأوجه الثلاثة التي تحلل من خلالها حياة الإنسان الواعية وهي الإدراك والسلوك و الوجدان. فالإدراك يفترض

فيه أن يكون إدراكا صحيحا لا مضللا ولا مغلوطا حتى يحث السلوك على أساس سليم وهنا تبدو قيمة الحق، فالإنسان بفطرته ينشد الحق وعليه يبني علومه.

أما السلوك فيقيس الإنسان صوابه بمقياس الخير الذي هو قيمة عنده ليس له عنها غناء حتى وهو يقترف الإثم ويفعل الشر.

هاتان قيمتان تمليهما على الإنسان فطرته: قيمة "الحق" فيما يعلمه ويدركه، وقيمة الخير فيما ينشط في سبيله، أما القيمة الثالثة فهي حلقة وسطى تقع بين الإدراك من ناحية وبين السلوك من ناحية أخرى وهي ما يطلقون عليها النشوة الجمالية أو الحالة الوجدانية. وبغية المرء أن تجيء هذه الحالة بما يشبع فيه الطمأنينة والرضا فتراه على هذا الأساس يختار ثيابه ومسكنه وأثاثه ومركوبه.**(31)**

وينقسم الفلاسفة بصفة عامة حول ما إذا كانت قيم الأشياء تحدد بمعزل عن خبرة الناس بها في الحياة الواقعية أم أن قيمة الأشياء في حياة الناس تشتق من خبراتها بها إلى قسمين:

موقف الفلسفة المثالية العقلية، ويرجع رواد المثالية ومنهم أفلاطون في حديثهم عن القيم مصدرا آخر ليستقي منهم الناس قيمهم ومفاهيمهم عن الحق والجمال وبالتالي استبعاد أن يكون مصدرها حياة الحس بما فيها من متناقضات أي أن هناك عالما آخر توجد فيه الأشياء كاملة، كما يجب أن تكون وهو عالم الحق والجمال.

ويشير كانط إلى العقل كمصدر، فالعلم والجمال والأخلاق مصدرها العقل وهذا يوضح اتجاه الفلاسفة العقليين نحو القيم على أنها منعزلة عن الخبرة الإنسانية.

ويعتبر الفلاسفة الطبيعيون (الوضعيون) أن القيم جزء لا يتجزأ من الواقع الموضوعي للحياة والخبرة الإنسانية، فقيمة الشيء كائنة لاتصالنا بها وتفاعلنا معها وسعينا إليها، وتكوين رغباتنا واتجاهنا نحوها. وبالتالي فالأشياء ليست في ذاتها خيّرة أو شريرة، صحيحة أو خاطئة، قبيحة أو جميلة، وإنما هي أحكام نصدرها من واقع تأثيرنا بها وتأثرنا بهذه الأشياء.**(32)**

وتختلف الفلسفة الإسلامية عن الغربية في نظرتها إلى مفهوم القيم من زاوية المنطلق الذي يحدد مسيرة أي اتجاه من اتجاهات الدراسات الفلسفية الغربية. فمع تعدد هذه الأخيرة واختلاف مجالاتها ومواضيعها والباحثين فيها إلا أنها تكاد تُجمع على أن المصدر الذي تنبع وتستقى منه القيم هو المجتمع وأفراده من خلال إعمالهم لعقولهم وتعاملهم بعضهم مع بعض، ومع ذلك الكون بما فيه. **(33)**

بالمقابل فإن الفلسفة الإسلامية أو الدراسات الفكرية الإسلامية بشكل أدق تنطلق من الإيمان بمصدرين أساسيين للمعرفة ومن ثم للقيم:

1- الوحي والمقصود به القرآن والسنة.

2- العالم ويشمل البشر الموجودين فيه: حيث يمكن أن نتلقى من بعضهم أخبارا ومعلومات فيكون أولئك حينئذ مصدرا للمعرفة ويشمل الأحوال الداخلية للإنسان من الحب والكراهية

والرضا...الخ. ويشمل كذلك عالم المحسوسات من أشجار وجبال...الخ. كما يشمل أيضا الرؤيا الصادقة وهي تأخذ ببعض الشروط ويعمل بها في الجوانب الشخصية ولا نعدها معرفة نضيفها إلى المعارف الدينية لدينا.**(34)**

- القيم في الدراسات الاجتماعية:

تعددت تعاريف القيم لدى الباحثين الاجتماعيين بحيث أن هنالك من يوسع دائرتها وبالتالي يزيد من غموضها وعدم تحديدها، وهنالك من قام بتحديدها وإعطائها تعاريف دقيقة.

فمن التعاريف التي توسع دائرة القيمة تعريف "ببرا" الذي يقول بأن "القيمة بأوسع معانيها هي أي شيء خيرا أو شرا"**(35)**، كما يعرف ثورنديك القيم بأنها" التفضيلات أو الأشياء المفضلة لدى الإنسان أو الجماعة" لتنقسم القيم في نظر هذا الباحث إلى قسمين، قسم ايجابي يجلب اللّذة وآخر سلبي يجلب الألم **(36)**، ويؤكد تشارلز موريس هذا المعنى حيث يصف القيم بأنها علم السلوك التفضيلي.**(37)**

ويعرفها كرتش بأنها "المعتقدات لما هو مرغوب أو حسن (مثل حرية الكلام) وما هو غير مرغوب أو سيّئ (مثل عدم الأمانة).**(38)**

وتعد هذه التعاريف فضفاضة يتعذر بناء عليها حصر مفهوم دقيق ومحدد لماهية القيمة.

بالمقابل فان هناك تعاريف أدق وأكثر تحديدا لمفهوم القيمة من وجهة نظر واضعيها.

فقد عرف "هاري جوشون" القيمة بأنها "فكرة أو معيار ثقافي تقارن على أساسه الأشياء أو الأفعال فتحظى بالقبول أو الرفض نسبة لبعضها البعض باعتبارها من الأمور المستحبة أو غير المرغوبة، الصحيحة أو الخاطئة".**(39)**

ويرى هرتزلر أن "القيم تقديرات لمعاني وأهمية الأشياء و الأعمال والعلاقات اللازمة لإشباع حاجات الفرد الفسيولوجية والاجتماعية".**(40)**

وتعرف فوزية دياب القيمة بأنها "الحكم الذي يصدره الإنسان على شيء ما مهتديا بمجموعة المبادئ والمعايير التي وضعها المجتمع الذي يعيش فيه، والذي يحدد المرغوب فيه والمرغوب عنه من السلوك".**(41)**

ويقول كلاكون: " القيمة تتضمن دستورا ينظم نسق الأفعال والسلوك، والقيمة بهذا المعنى تضع الأفعال وطرق السلوك وأهداف الأعمال على مستوى مقبول وغير مقبول، أو المرغوب فيه والمرغوب عنه، المستحسن أو المستهجن". وهو بهذا المعنى يشير إلى السلوك التقويمي أيا كان نوعه، واعتبار أن هذه العملية من طبيعة الإنسان فهو دائما يصدر أحكاما قيمية على الأشخاص والأشياء والأفكار من حيث إيجابيتها أو سلبيتها أو حسنها أو قبحها أو له قيمة وليس له قيمة".**(42)**

ولا تتجلى القيمة أو تتبدى في كتابات علم الاجتماع المعاصر إلا إذا كانت حاضرة في السلوك، بمعنى أن القيمة هي الشرط المسبق الذي يحدد سلوك البشر وينظم مقومات الفعل الإنساني، وهي العلة الكامنة وراء كل سلوك هادف. فالقيمة هي (حافز عمل، ومبدأ إدراك، ومنطلق فهم) **(43)**، ومن هنا تضفي القيمة على ظواهر السلوك الإنساني معناه ومبناه.

ـ القيم في الدراسات النفسية:

اختص ميدان هام وحديث (نسبيا) في علم النفس بدراسة القيم، ألا وهو علم النفس الاجتماعي الذي يركز في دراسته للسلوك على جوانبه الشخصية والاجتماعية. فعلى غرار علماء الاجتماع الذين تنصبُّ رؤيتهم في دراسة السلوك الإنساني الصادر عن الفرد في علاقته بالنظم الاجتماعية وبمختلف علاقاته وتفاعلاته الاجتماعية، يهتم علماء النفس الاجتماعي بكل جوانب سلوك الفرد في المجتمع."ولا يتحدد بإطار لنظام أو لنسق معين، فعلم النفس الاجتماعي يركز عنانه على سمات الفرد واستعداداته واستجاباته فيما يتصل بعلاقته مع الآخرين".**(44)**

ويشكل الفرد باستعداداته وتفاعلاته وسلوكاته مركز اهتمام علماء النفس، وبالتالي فنظرتهم للقيم تتميز عن رؤية علماء الاجتماع، ودراستهم للقيم لا تختلف عن دراستهم للسلوك الإنساني ككل. "ودرست القيم من علماء النفس الاجتماعي في محاولة لتفريقها عن الاتجاهات، ويظهر رغم ذلك جليا في ميلهم لتعريفها على أنها اتجاهات مشتركة، انسياقا لقواعد معيارية، أو مثل أخلاقية، تلعب دورا هاما في الحياة الاجتماعية".**(45)**

تتميز القيم عن الاتجاهات بأنها غايات نهائية، وليست مجرد ميول آنية وسلبية، فهي تظهر في شكل أهداف نهائية يسعى الفرد إلى تحقيقها، وتقف كموجه يسلك الفرد وفقها.

و تشير بلوك هنريت إلى أن استخدام هذا المفهوم في علم النفس يكون متبوعا بصفة، فنقول قيمة دافعة، قيمة محركة، قيمة ملحة، قيمة عاطفية، كما نستطيع الحديث عن القيمة السلبية". **(46)**

وتستخدم كلمة قيمة في علم النفس الاجتماعي للدلالة على ما يخدم كهدف عام في مجموعة شاملة لعدد من الاتجاهات (نيوكمب) في الدراسة العلمية للسلوك الاجتماعي.

ويشير عالم النفس السلوكي ثورنديك إلى أن " القيم عبارة عن تفضيلات تكمن في اللذة وعدم الارتياح، الذي يشعر به الإنسان فإذا كان حدوث شيء لا يؤثر مطلقا على لذة أو ألم أي فرد، أيا كان حاليا أو مستقبلا، فإنّه يكون عديم القيمة على الإطلاق".**(47)**

كما التفت أبراهام ماسلو إلى تلك الجوانب السيكولوجية الكامنة في القيمة، وكيف تلعب الحاجات دورا في تحديد طبيعة القيم بالالتفات إلى حاجات الكائن العضوي.**(48)**

وعلى العموم فإن دراسة القيم من أهم الدراسات التي تهتم بها البحوث النفسية وذلك لارتباطها بعدة نواح نظرية وتطبيقية من ميدان علم النفس.

ـ القيم في الدراسات الاقتصادية:

القيم في الدراسات الاقتصادية، هي قيم واقعية، تتعلق برغبة اكتساب الخيرات، وهي تتبع الحاجات وتسلسلها، وقد أشار الاقتصاديون إلى نوعين منها: قيم الاستعمال، وقيم التبادل.

فبعض الأشياء مثل الماء، والهواء، لها قيمة كبيرة في الاستعمال. بينما تتضاءل قيمتها في التبادل، لأنها في الغالب مجانية، بينما الماس له قيمة ضئيلة في الاستعمال، وكبيرة جدا في التبادل.

ويركز الاقتصاديون في أحاديثهم، بصفة عامة على قيمة التبادل، لأنه لا قيمة للشيء أو للسلعة في ذاتها، بل في تبادلها مع شيء آخر، ومن هنا كانت نسبته ذاتية متغيرة بتغير أساسها، والظروف التي تكتنفها.**(49)**

وقيمة الشيء بهذا المعنى في علم الاقتصاد، يقصد بها السّعر المقدر له، فالقيمة إذن، مرادفة للسعر، وقيمة السلعة هو ثمنها أو سعرها".

إن القيم الاقتصادية هي قيم من إنتاج البشرية، لإشباع رغبتها الأولية. وتتميز بطابعها التجاري النفعي، الذي يساعد على انتقالها من يد لأخرى. ومن هنا كان من حق الإنسان امتلاكها والتمتع بها. و هي كما أشرنا، قيم ذاتية نسبية ينشدها الناس كوسائل لغايات أعلى هي القيم الإنسانية المتمثلة في المثل العليا التي لا تباع ولا تشترى، ويضحي الإنسان في سبيلها بروحه ودمه.**(50)**

ج ـ أنـواع القيـم:

يعترف كل من تعرضوا بالدراسة لموضوع القيمة، بصعوبة وضع تصنيف شامل لها، وكل التصنيفات التي وضعت تضمنت بشكل أو بآخر أوجها من القصور عن الإحاطة بكل أنواعها.

يقول كلاكون: "نحن لم نكتشف بعد أي تصنيف شامل للقيم"، و يقول سورلي Sorley: " من المستحيل أن تكون هناك قاعدة يمكن على أساسها تحديد كل أنواع القيم.**(51)**

غير أن الضرورة المنهجية تقتضي وضع تصنيف للقيم حتى يساعد على دراستها.

ـ أنواع القيم على أساس بعد المحتوى:

هناك عدة محاولات لتقسيم القيم من حيث مضامينها، فهناك القيم الجمالية، والقيم الدينية، والقيم الاقتصادية، والقيم الخلقية...الخ.

ومن بين أشهر التصنيفات على أساس هذا البعد، تصنيف سبرينجرSpranger الذي تحدث عن ستة أنماط من القيم هي:

1 - القيم النظرية: وهي التي تؤدي بالفرد إلى الاهتمام والميل إلى اكتشاف الحقيقة، و في سبيل ذلك الهدف يتخذ اتجاها معرفيا من العالم المحيط به.

2- القيم الاقتصادية: ويقصد بها اهتمام الفرد وميله إلى ما هو نافع، وهو في سبيل هذا الهدف يتخذ من العالم المحيط به وسيلة للحصول على الثروة وزيادتها عن طريق الإنتاج والتسويق واستهلاك البضائع واستثمار الأموال.

3- القيم الجمالية: والمقصود بها اهتمام الفرد وميله إلى ما هو جميل من ناحية الشكل والتوافق وهو بذلك ينظر إلى العالم المحيط به نظرة تقدير من ناحية التكوين والتنسيق والتوافق الشكلي.

4- القيم السياسية: ويقصد بها اهتمام الفرد وميله للحصول على القوة، فهو شخص يهدف إلى السيطرة و التحكم في الأشياء أو الأشخاص.

5- القيم الاجتماعية: يقصد بها اهتمام الفرد وميله إلى غيره من الناس، فهو يحبهم ويميل إلى مساعدتهم، ويجد في ذلك إشباعا له.

6- القيم الدينية: يقصد بها اهتمام الفرد وميله إلى معرفة ما وراء العالم الظاهر، فهو يرغب في معرفة أصل الإنسان ومصيره ويرى أن هناك قوة تسيطر على العالم الذي يعيش فيه، وهو يحاول أن يربط نفسه بهذه القوة بصورة ما.**(52)**

ولا يعني هذا التصنيف الذي أورده سبرينجر للقيم أن الأفراد يتوزعون تبعا له ولكنه، يعني أن هذه القيم توجد جميعا في كل فرد، غير أنها تختلف في ترتيبها من فرد لآخر على حسب قوتها وضعفها لدى الفرد نفسه ولدى مجموعات الأفراد.

- أنواع القيم على أساس بعد المقصد:

وتنقسم القيم من ناحية مقصدها إلى قسمين:

1- قيم وسائلية: وهي تلك القيم التي ينظر إليها الأفراد والجماعات على أنها وسائل لغايات أبعد.

2- قيم هدفية أو غائية: وهي الأهداف والفضائل التي تضعها الجماعات والأفراد لنفسها.**(53)**

والواقع أن التمييز بين القيم الغائية والقيم الوسائلية ليس أمرا سهلا كما قد يبدو لأول وهلة، وبخاصة عند تطبيقه على أمور الحياة العملية.

- أنواع القيم على أساس بعد الشدة:

تتفاوت القيم من ناحية شدتها تفاوتا كبيرا. وتقدر شدة التفاوت بدرجة الإلزام التي تفرضها، وبنوع الجزاء الذي تقرره وتوقعه على من يخالفها، أي أن شدة القيم تتناسب تناسبا طرديا مع درجة الإلزام ونوع الجزاء الذي يرتبط بها، ويمكن تمييز ثلاثة مستويات لشدة القيم وإلزامها. وهذه المستويات الثلاثة تتمثل فيما يأتي:

1- القيم الملزمة أو الآمرة الناهية: هي القيم التي تمس كيان المصلحة العامة والتي تتصل اتصالا وثيقا بالمبادئ التي تساعد على تحقيق الأنماط المرغوب فيها التي تصطلح عليها الجماعة في تنظيم سلوك أفرادها من النواحي الاجتماعية والخلقية والعقائدية.
2- القيم التفضيلية: هي القيم التي يشجع المجتمع أفراده على التمسك بها ولكنه لايلزمهم مراعاتها إلزاما يتطلب العقاب الصارم الحاسم الصريح لمن يخالفها، إذ ليس لها من القدسية والاتصال العميق بالمصلحة العامة للجماعة ما للقيم الآمرة الناهية.**(54)**
3- القيم المثالية أو الطوبائية: هي القيم التي يحس الناس استحالة تحقيقها بصورة كاملة، وعلى الرغم من ذلك فإنها كثيرا ما تؤثر تأثيرا بالغ القوة في توجيه سلوك الأفراد.**(55)**

ـ أنواع القيم على أساس بعد العمومية:

تنقسم القيم من ناحية شيوعها وانتشارها إلى قسمين: قيم عامة، وقيم خاصة:

1- القيم العامة: هي القيم التي يعم انتشارها في المجتمع كله بغض النظر عن ريفه وحضره وطبقاته وفئاته المختلفة.
2- القيم الخاصة: هي القيم المتعلقة بمواقف ومناسبات اجتماعية معينة، أو بطبقة أو بجماعة خاصة.**(56)**

ـ أنواع القيم على أساس بعد الوضوح:

تنقسم القيم من ناحية وضوحها إلى قسمين:

1- قيم ظاهرة أو صريحة: وهي القيم التي يصرح بها ويعبر عنها بالكلام.
2- القيم الضمنية: وهي القيم التي تستخلص ويستدل على وجودها من ملاحظة الاختبارات والاتجاهات التي تتكرر في سلوك الأفراد بصفة منتظمة.**(57)**

فالعبرة في القيم إذن ليست بالكلام فقط بل بالعمل والسلوك ويرى أولئك أن القيم الضمنية هي في الغالب القيم الحقيقية لأنها هي القيم التي يحملها المرء مندمجة في سلوكه، أما الصريحة فليست دائما هي

القيم الحقيقية، بل كثيرا ما تكون زائفة والواقع أنه ليس هناك حدود فاصلة بين القيم المتضمنة والظاهرة إلا أن الدراسة التحليلية تجعل البحث يلجأ إلى إبراز بعض الفوارق و التمييز بينها.**(58)**

ـ أنواع القيم على أساس بعد الدوام:

تنقسم القيم من ناحية دوامها إلى قسمين: قيم عابرة، وقيم دائمة.

1- القيم العابرة: هي القيم الوقتية العارضة القصيرة الدوام سريعة الزوال، مثل القيم المرتبطة ب"الموضات"، الزيّ والتجميل، وطرق التسلية من موسيقى ورقص وغناء...الخ.**(59)**

2- القيم الدائمة: والدوام هنا يقصد به الدوام النسبي. والقيم الدائمة هي القيم التي تبقى زمنا طويلا مستقرة في نفوس الناس يتناقلها جيلا عن جيل كالقيم المرتبطة بالعرف والتقاليد.

وهناك من علماء الأخلاق و الفلاسفة من ينظر إلى هذين القسمين السابقين من حيث علاقتهما بما هو مادي محسوس أو بما هو روحي معنوي.

1- القيم المادية: وهي القيم المتصلة بالأشياء المادية وسائر اللذات الحسية وهذه القيم ينبغي أن تحقق في توسط واعتدال وإلا كانت سبيلا إلى الفوضى والفساد، ويلاحظ "سورلي" أن القيم المتعلقة بالماديات قيم عابرة وزائلة فانية.**(60)**

2- القيم الروحية: وهي القيم التي تتصل بأشياء غير مادية أو بموضوعات اجتماعية أو تنبثق من الأديان، وهذه القيم أكثر دواما.**(61)**

ويشار هنا إلى أن الباحث وضع التصنيف الذي اعتمده في دراسته على أساس بعد المحتوى مع تعديلات طفيفة للأنواع المذكورة سابقا بناء على متطلبات الدراسة وخصوصية الوسيلة ومضامينها. فكانت هناك بالتالي قيم عقلية وأخرى نفسية وقيم اجتماعية وقيم حركية وجسمانية وقيم أخلاقية.

د ـ خصـائـص القـيم:

تتميز القيم بخصائص عديدة منها:

1- إنها ذاتية شخصية يحسها كل فرد على نحو خاص به.

2- إنها إنسانية شخصية تتوقف على الاعتقاد، فالأشياء في نظر علماء الاجتماع ليست في ذاتها خيرة أو شريرة وإنما هذه أحكام شخصية نصدرها وننسبها إليها وذلك من واقع اهتمامنا بها واعتقادنا فيها.

3- إنها بناء على ذلك نسبية، بمعنى أنها تختلف سواء بالنسبة للشخص من حيث حاجته ورغباته وترتيبه...الخ، أو الأشخاص على وجه العموم وذلك من شخص إلى شخص ومن زمن إلى زمن ومن مكان إلى مكان ومن بيئة إلى بيئة ومن ثقافة إلى ثقافة.

4- إن هنالك سلما لهذه القيم بحيث ترتب فيما بينها ترتيبا هرميا فتهيمن بعض القيم على بعض أو تخضع لها مما يعني أن القيم على مراتب ودرجات وأنها ليست على مستوى واحد ولابد هنا من الإشارة إلى بعض النقاط المتعلقة بهذا السلم.

إن فكرة ترتيب القيم فكرة يسيرة من حيث واقعيتها، فالفرد له عدد من سلالم القيم، وهذا العدد يتناسب مع أنواع وعدد المواقف التي تدعوه للاختيار والمفاضلة.

والقيم في سلم القيم ليست جامدة بل تتغير وتتبادل المراتب والدرجات فيما بينها تبعا لظروف الفرد وأحواله ورغباته واهتماماته من حيث قوتها وإلحاحها وسهولة أو صعوبة تحقيقها، ولا شك أن سلالم القيم المختلفة عند الشخص تختلف في سرعة تغير محتوياتها فبعضها يتغير ببطء وبعضها بسرعة.

وترتيب قيم الأشخاص والأشياء والمعاني لا يظل على حال واحدة في سلالم قيم الأشخاص بل يتغير تبعا لتغير نظرة الشخص للحياة على العموم وكذلك تبعا لتطوره الجسمي والعقلي والاجتماعي.

5- إن القيم تتضمن الوعي أو الشعور بمظاهره الثلاثة الإدراكي والوجداني والنزوعي، فالقيمة لا تكون قيمة بالنسبة للفرد إلا إذا وجد فيها ثلاثة شروط هي:

أ ـ أن يكون عند الفرد وعي يتبلور حول وجود شيء أو فكرة أو شخص.

ب ـ أن وعيه هذا يخصه ويهمه بمعنى أنه يحدث عنده اتجاها انفعاليا مع أو ضد ذلك الشيء أو الفكرة أو الشخص.

ج ـ أن هذا الوعي أو الاتجاه يدومان بعض الوقت.**(62)**

هـ ـ النظرية العامة للقيمة:

يرى الفيلسوف الاجتماعي"رالف بارتون بري" أن مفهوم "الاهتمام" يعد محورا وركيزة لتفسير القيمة. وترى هذه النظرية أن أي اهتمام بأي شيء يجعل هذا الشيء ذا قيمة. فالواقع أنه من الخصائص المميزة للعقل البشري أن يقبل بعض الأشياء ويرفض البعض الآخر، والقبول والرفض يتضمنان معاني كثيرة كالموافقة وعدم الموافقة، والحب والكراهية، والرغبة والنبذ، والإقدام والإحجام، ولكل هذه الخصائص الشاملة للحياة النزوعية الوجدانية التي توصف بأنها حالات أو أفعال أو اتجاهات أو ميول للقبول أو الرفض، لكل هذه الحالات يقترح "بري" اصطلاح " اهتمام". فالاهتمام في رأيه يعد الينبوع الأصلي والسمة المميزة والخاصة والدائمة في جميع القيم. ويعبر "بري" عن رأيه هذا بأساليب مختلفة

التركيب والألفاظ، ولكنها واحدة في الروح والمعنى إذ يقول : "أن أي شيء ذا قيمة إذا اتصف بفعل فيه اهتمام " وتارة يختصر فكرته في المعادلة "البسيطة" التالية: " س ذو قيمة = هناك اهتمام ب س".

ومعنى هذا أن أي شيء، أيا كان، يكتسب قيمة مادام هناك اهتمام به من أي نوع كان، تماما كما يحدث عندما يصبح أي شيء أيا كان هدفا لأن شخص ما، أي شخص، قد صوب نحوه. "أي أن القيمة تنبع من الاهتمام والرغبة، وليس ينبع الاهتمام والرغبة من القيمة.**(63)**

و ـ قياس القــيم:

ذهب الكثير من علماء الاجتماع إلى التأكيد على استحالة قياس القيم، بحجة أن مفهوم القيم ميدان حديث الدراسة في علم النفس، وهو وثيق الصلة بالموضوعات الفلسفية، مما جعل دراسته دراسة علمية صعبة. وقد كانت تعاريف القيم مرتبطة بمفاهيم التأملات من الخير والشر، وهذا ما يجعلها أبعد، بل وأقرب إلى استحالة قياسها.

ويؤكد **أجبرن** و **نمكوف (Egbern § Nemkouf)** بأن: " تؤدي إلى تشويه طبيعتها الذاتية أو الداخلية. فالقيم عند هؤلاء البحثين ترتبط بمعنى ذاتي لا يمكن فهمه من خلال أساليب رياضية، كما لا يمكن التعبير عنها بلغة الكم".**(64)**

غير أن القيم، وعلى غرار كل المواضيع التي كانت محصورة في التأمل الفلسفي، تجاوزت هذه الظاهرة، بتقدم العلوم السلوكية التي أتاحت إخضاع هذه المواضيع للدراسة التجريبية وللقياس الكمي.

فقد ظهر اتجاه قوي لقياس القيم ودراستها دراسة كمية والتعبير عنها بالأرقام، على أساس أن مثل هذا الاتجاه هو ما يضفي على دراسة القيم الطابع العلمي الموضوعي، وقد برز هذا الاتجاه بجلاء بعد الحرب العالمية الأولى**(65)**. فقد قامت الباحثة الأمريكية **فلورنس كلوكهون (F.Klockhon)** بتحديد مجموعة من المشكلات الإنسانية العامة التي يتطلب حلها، واتخاذ موقف قيمي اتجاهها، كعلاقة الإنسان بالجماعة، وبالطبيعة وبالزمن... وقامت بدراسة موقف خمسة مجتمعات أمريكية تجاه المتغيرات القيمية، وتابعها بعد ذلك عدة مسوح للقيم الاجتماعية على مستوى مقارن.**(66)**

فالاتجاه إلى قياس القيم برز بعد ذلك بوضوح، وذلك باعتماد التقنيات والأساليب العلمية المطبقة في العلوم الاجتماعية عموما وفي علم النفس الاجتماعي بالخصوص.

- أدوات قـياس القيــم:

استخدم الباحثون أدوات رئيسية لقياس القيم، وهما: الملاحظة، والمقاييس و الاختبارات والمقابلة وتحليل المضمون.

أ ــ الملاحظة:

تعد الملاحظة العلمية الدقيقة للسلوك البشري بصفة عامة، وللقيم بصفة خاصة أسلوبا علميا يساعد على الكشف عنها ودراستها، بشرط أن تقف على المواقف الحقيقية التي يمر بها الفرد في حياته.

والملاحظة كوسيلة بحثية تتمتع بفوائد كثيرة لا تتمتع بها الوسائل الأخرى لجمع المعلومات، فهي تعطي المجال للباحث أن يلاحظ الظروف الاقتصادية والاجتماعية للمنطقة التي ينحصر فيها البحث وتمكنه من ملاحظة سلوك وعلاقات وتفاعلات المبحوثين والاطلاع على أنماط وأساليب معيشتهم والمشكلات الحياتية التي يتعرضون إليها.**(67)**

وقد استخدم العديد من الباحثين الملاحظة، على غرار ما فعله **جان بيا جيه** و **كولبرج** لدراسة السلوك الأخلاقي للأطفال، أو **هاوكس (Hawks)** في دراسة القيم الشخصية لدى عينات من تلاميذ المدارس الابتدائية.

غير أن هناك من الباحثين من وجه انتقادات لهذه الأداة، على غرار **م.ج.مندل** و **أ.ر. جوردان** اللذان اعتبرا بأن الملاحظة "تأخذ كثيرا من الوقت، إضافة إلى أنها شخصية إلى حد بعيد، كما أن نجاحها يتوقف ويعتمد على خبرة متخصصة ومهارات عالية".**(68)**

ضف إلى ذلك أن القيم مجال يختلف عن غيره من المواضيع الاجتماعية، واستخدام الملاحظة للكشف عنها، يتطلب من الباحث الإجابة على ثلاث تساؤلات رئيسية وهي: ما هي القيم التي يهتم بدراستها؟، وما مظاهر هذه القيم؟، وهل هي ثابة أم متغيرة؟.

وقد صار من النادر استخدام الملاحظة كأسلوب للكشف عن القيم، بسبب اهتمام الباحثين بالجانب الكمي في قياس الظواهر الاجتماعية، من خلال الاعتماد على الاختبارات والمقاييس، والمقابلات لتوفر إمكانية قياس الثبات والصدق فيها.**(69)**

ب ـ المقابـلة:

تعتبر المقابلة أهم الوسائل البحثية لجمع المعلومات والبيانات من الميدان الاجتماعي وبدون مقابلة أي مواجهة الباحث أو المقابل للمبحوث بقصد جمع الحقائق والبيانات المتعلقة بموضوع البحث لا يستطيع الباحث التعرف على الحقائق ولا يستطيع تبويبها وتصنيفها وتحليلها تحليلا علميا يساعده على التوصل للنتائج النهائية التي يستعملها في كشف موضوع الدراسة وتعرية جوانبه المختلفة **(70).**

وقد انتشر استخدام هذه الوسيلة للكشف عن القيم وقياسها، وفي صور وأشكال مختلفة، من مثل تقديم القصص الناقصة للطفل ويطلب منه إكمالها كما فعل **كوهلبرج (Kohelberg)** في دراسته للأحكام الأخلاقية، إذ يقدم قصصا ناقصة تشتمل على نوع من التعارض أو الصراع بين قيمتين ويطلب من المبحوث إكمالها.

كما استخدم أسلوب الرسومات من طرف بعض الباحثين كطريقة لتقدير قيم الأفراد، وتتلخص في رسم الطفل للأشكال المحببة لديه، ويفضلها على أساس أنها تعكس قيمة اتجاهاته **(71).**

ج ـ تحليل المضمون:

يستخدم هذا الأسلوب لوصف المحتوى الظاهري للاتصال وصفا موضوعيا كميا ومنظما. وقد استخدم هذا الأسلوب في مجال الكشف عن القيم من خلال تحليل مضمون الرسالة.

ويعد **رالف وايت (R.White)** أول من استخدم هذا الأسلوب سنة 1947 لقياس القيم، كما استخدمه محمد كاظم إبراهيم في دراسة التبعية لقيم عينة من الطلاب المصريين خلال خمس سنوات في الفترة ما بين 1975-1962، وفي دراسته الحضارية المقارنة عن قيم الطلبة في مصر وأمريكا، وقد كشفت هذه الدراسة عن كفاءة أسلوب تحليل المضمون في الكشف عن القيم وتحديدها بدقة.

د ـ المقاييس و الاختبارات:

تعتبر المقاييس و الاختبارات من أقدم أدوات البحث حيث استخدمته العلوم الطبيعية منذ زمن بعيد ولم تستطع العلوم الإنسانية و الاجتماعية الاستفادة منها إلا في أواخر القرن 19، عندما قام **فونت** الألماني **(Wundt)** بإنشاء أول مختبر في مدينة ليبريك الألمانية لقياس العلاقة بين الاستجابة و المنبه وبعض العمليات العقلية والسلوكية المتعلقة بالشواذ. غير أن معظم تجاربه المختبرية القياسية في علم النفس قد أجريت على الحيوانات. وخلال النصف الأول من القرن العشرين بدأت أغلب العلوم الاجتماعية تستعين بالقياس في الوصول إلى حقائقها وفهم ظواهرها وتكوين فرضياتها ونظرياتها وقوانينها الكونية خصوصا بالنسبة لعلم الاجتماع وعلم التربية. ومع أن المقاييس كوسيلة من وسائل جمع المعلومات لها طابعها المميز عن الوسائل الأخرى إلا أنها تعتمد على الأسئلة كما هو الحال في المقابلة. وبالرغم من التشابه الظاهري بين القياس و المقابلة، فإنّ هدف القياس يختلف عن أهداف الوسائل الأخرى لجمع المعلومات. فأي سؤال يتضمن مقياسا ما لا يرمي في حد ذاته إلى مبرر الوصول إلى معلومات معنية كما هو الحال في الاستفتاء أو المقابلة، لأنه يؤخذ في المجموع الكلي لأسئلة المقياس ليوضح تقييما متكاملا للظاهرة موضع القياس. و الغرض من استخدام القياسات الاجتماعية ينعكس في معرفة طبيعة العلاقات الاجتماعية وما يحدث فيها من اتفاق واختلاف، تعاون وتنافس، حب وكراهية، واستيعاب حقيقة مواقف الأفراد إزاء الأشياء و الحوادث و القضايا التي تقع لهم ومدى تقبلهم للظروف الجديدة التي يمر بها المجتمع. وأخيرا تستعمل القياسات في فهم الرأي العام للوقوف على ما يسود الجماعة من آراء ومواقف وقيم ومصالح وأهداف.**(72)**

ومن بين أهم المقاييس و الاختبارات التي صممت لقياس القيم:

1. مقياس ألبورت و **فيرنون و لندزي**:

يعد هذا المقياس من الأوائل في مقياس القيم، أعده في البداية كل من ألبورت و فرنون، وتم تعديله بعد ذلك بالاشتراك مع غاردنرلندزي.

ويتضمن الاختبار 120 سؤالا، ويهدف إلى قياس القيم التي وضعها سبرنجر وهي: القيم النظرية و الاقتصادية و الاجتماعية و الجمالية و الدينية والسياسية.

وقد قام عطية عطية محمود هنا بترجمة وإجراء بعض التقنيات عليه ليلاءم البيئة العربية.

ولا يخلو هذا المقياس من أوجه النقد التي وجهت له: فهو أولا، لا يستوعب كل القيم، وقد استبعد القيم الحسية و التي تعتبر أولية، مرتبطة بحاجات الأفراد.

كما انتقد المقياس لكونه لا يقوم على مضامين نظرية مبرهنة أو أي ملاحظات إمبريقية، ويختصر تطبيقه على الأفراد ذوي المستوى العلمي المرتفع، وإمكانية اختبار قيمة دون أخرى فيه غير واضحة.**(73)**

2. مقياس دراسة الاختبارات ل **وودروف (wodruff)**:

يتضمن هذا المقياس ثلاث مشكلات رئيسية يندرج تحت كل منها ثمانية حلول، ويطلب من المستجوب ترتيبها حسب أهميتها، ويكشف عن عدد من قيم الحياة الأسرية، التدين و الصداقة والخدمة الاجتماعية والنشاط العقلي. وما يؤخذ عليه أنّه لا يكشف عن القيم لدى الفرد بقدر ما يكشف عن الجاذبية الاجتماعية لهذه القيم.

3. مقياس القيم الفارقة ل**برانس(R.prince)**:

يصنف هذا المقياس القيم إلى نوعين: قيم تقليدية وقيم عصرية، ويتكون من (64 بندا) وكل بند على عبارتين، تدور حول أشياء من الواجب عملها أو الشعور بها أو العكس، وعلى المجيب اختيار واحدة منها. إحداهما تمثل قيما تقليدية أو أصلية، و الأخرى تمثل قيما منبثقة، و القيم الأصلية تمثل هنا" القيم التي تنبع من ذات المبحوث، و إما القيم الشخصية فهي نابعة من الآخرين".**(74)**

و القيم التقليدية في الاختبار تتمثل في القيم الأخلاقية، والرغبة في النجاح، التخطيط للمستقبل، مثل: ينبغي أن أشعر أن العمل هام و اللعب غير هام. و القيم العصرية تتمثل في الصداقة، السعادة، الاهتمام بالحاضر، مثل: ينبغي أن أشعر بمسرات الحياة أكثر من أبي.

و لم يخل اختبار القيم الفارقة من أوجه النقد، حيث يرى عبد البسط عبد المعطي أن: "التعريفات التي يستند إليها ليست دقيقة. فاعتبار القيم النابعة من الذات قيما أصلية تقليدية يعني فهما محدودا للقيمة يربطها بالحاجات الأساسية البيولوجية للإنسان، واعتبار القيم التي تنبع من الآخرين منبثقة، ليس فيها تقديرا للإنسان باعتباره عضوا في الجماعة اجتماعية، بالإضافة إلى انحسار تطبيقه على المتعلمين و المثقفين".**(75)**

4. مسح القيم ل**روكيتش (Rokeach)**:

يتضمن المقياس جزئين أحدهما لقياس القيم الغائية، والآخر لقياس القيم الوسيلية، وهو متكون من 36 قيمة ويطلب من الفرد ترتيبها، كل جزء على حدى. القيم الوسيلية مثل: طموح، واسع الأفق، مرح، نظيف، شجاع. القيم الغائية مثل: الحياة المريحة، الحياة المثيرة، الانجاز، جمال العالم.

5. مقياس قيم العمل ل**دونالد-سوبر (Donald-Super)**:

وضع لقياس قيم العمل، يتكون من 18 مجموعة، يحتوي كل منها على أربعة بنود لقياس أربع قيمن يقيس في مجموعة 15 قيمة كالإبداع، الآمن، العلاقة مع الآخرين، الجمال... . طبق هذا المقياس لأول مرة في الهند ثم على الشعب الأمريكي وتم التأكد من طرف واضعه على صلاحيته لقياس قيم العمل الحقيقية.

6. اختبارات كل من **ماوس** و **سانترز** و **ماسلو Maus-Santers-Maslow**:

تم وضع اختبارات للكشف عن القيم لدى الأفراد تتعلق بالمركز الاجتماعي، المادة، القيم السياسية، القيم الأسرية، و قيم تتعلق بالأمن المادي. فقام ماوس بإحصاء 24 عاملا يدخل في اختبار الإنسان للمهنة، وإذا كان الاختيار تم عن محض إرادته فقد تم التعبير عن القيم التي يؤمن بها حسب رأي الباحث.

و يرى ماسلو أن " ترتيب القيم بالنسبة لكل فئة، يكشف عن التنظيم القيمي لها، والملاحظ أن نتائج هذا التنظيم القيمي تتفق مع نظرية ماسلو، حيث ذهب إلى أن الدوافع تترتب في تنظيم هرمي فيها تبعا للإشباع الذي تم لها، وأن الدوافع الأساسية ينبغي إشباعها أولا قبل الدوافع الثانوية، ولوحظ أن القيم المتعلقة بالتعبير عن الذات و الاستقلال تأتي قبل غيرها بالنسبة للمهن الرفيعة في حين أن الأمن يأتي أولا بالنسبة للعمال".**(76)**

كما قام سانترز بدراسة القيم المتعلقة بالعمل في علاقتها بالطبقات الاجتماعية، وقد توصل إلى الكشف عن الفروق وعن القيم السائدة لدى الطبقات الاجتماعية، ولاحظ أن العمال يختلفون عن المشتغلين بالمهن العليا أو المهن الكتابية، فنجد أن العمال يميلون إلى العمل الذي يتيح لهم التعبير عن الذات وهذا يعكس القيم التي تسيطر عليهم في الحياة بوجه عام.

7. مقياس القيم الشخصية ل**هاوكس (Hawkes)**:

يتكون الاختبار من 90 بندا خصصت لقياس عشر قيم كالقيم الجمالية، الراحة أو الاسترخاء، الحياة الأسرية.

وقد قسمت بنود المقياس إلى 30 مجموعة، يتضمن كل منها ثلاثة بنود لقياس ثلاث قيم من القيم العشر و يطلب من المفحوص ترتيبها و من هذه المجموعات نجد المجموعة الأولى مثلا: فيها أحب

الألوان الجذّابة، أحب أن أخرج في صحبة الأصدقاء، و كل عنصر يشير إلى قيمة معينة من القيم العشر وأهمية كل قيمة بالنسبة للفرد هي مجموع درجات هذه القيمة في جميع المجموعات.

8. الاختبارات النفسية الاسقاطية (اختبار تفهم الموضوع TAT – ل**رورشاخ)**:

وهي الاختبارات السيكولوجية المعروفة لدى علماء النفس ويكشف بصورة خاصة الأبعاد المختلفة للشخصية، كاختبار تفهم موضوع TAT الذي يعكس التصورات الفردية الموقفية للشخص، و إن كانت تبرز في بعض جوانبها قيم المجتمع فهي لا تكشف عن القيم و تبقى محدودة في هذا الجانب.

ويقول عبد البسط عبد المعطي في هذا الصدد: " و إذا كان بعض المشتغلين بعلم النفس يدافعون عن هذه الاختبارات في دراسة القيم، فذلك لأنهم يحصرون القيم في زوايا ضيقة لا تتعدى البناء النفسي للفرد، الأمر الذي جعل اهتماماتهم تنحصر في القيم الشخصية أكثر من القيم الاجتماعية، واعتبار القيم من جانب آخر حقيقة من حقائق الحياة العقلية للأفراد وليس نتاجا اجتماعيا للمجتمع وطبقاته الاجتماعية".(77)

يقصد الباحث بالقيم في هذه الدراسة الأحكام الضمنية والصريحة الصادرة عن شخصيات ألعاب الفيديو تجاه بعض المواقف والأفعال والأشياء إلى جانب الأحكام التي يصدرها ممارس ألعاب الفيديو (أي الطفل) تجاه هذه الشخصيات وسلوكاتها.

ومن ثم فإن القيم في هذه الدراسة هي كل الأحكام سواء تعلقت بالسلوك أو بالأشياء وسواء كانت جمالية أو أخلاقية أو اقتصادية أو غيرها من أنواع القيم الأخرى الصريحة والضمنية.

ولاستحالة تطبيق أي من المقاييس السابقة لطبيعة العينة (الأطفال) فقد تم الكشف عن القيم لديهم من خلال أسئلة غير مباشرة تعطي تقييمهم لمواقف أخلاقية واجتماعية ولقدرات حركية وجسمانية أو نفسية.

2-4. التأثير :

ليس هناك اتفاق بين علماء الاتصال الجماهيري (وسائل الإعلام) على الكيفية التي تؤثر بها وسائل الإعلام بصفة عامة على الجمهور أو على نوعية ذلك التأثير بالرغم من أن هناك إجماعا على تأثير الإعلام على جمهوره.

- معنى التأثير وصعوبة دراسته :

التأثير هو التغير الذي يطرأ على سلوك مستقبل الرسالة الإعلامية **(78)**، فقد تعمل هذه الرسالة على لفت انتباهه حول شيء معين أو تغير من سلوكه واتجاهه النفسي ليكوّن اتجاها جديدا أو يتصرف بطريقة جديدة.

إنّ قياس تأثير الإعلام عمليّة صعبة ومعقدة، لأنه من الصعب ملاحظة التأثير مباشرة لذلك نضطرّ أحيانا إلى قياس الاستجابة اللغوية ونخرج باستنتاجات عن التغيير الذي طرأ على المتلقي.

وتكمن الصعوبة أيضا في أننا لا نستطيع أن نعزل الرّسالة عن المحيط الذي يتواجد فيه المتلقي، فلا يستطيع أن نعرف بدقة هل أن الرسالة الإعلامية هي التي أثرت أم العائلة أم الشارع أم المدرسة أم المسجد أم المحيط ككل على العموم.**(79)**

ونستخدم في قياس التأثير الدّراسات التجريبية والميدانية، وتهتّم الدّراسات التجريبيّة التي تخضع للسّيطرة بالتأثير المباشر للتعرّض لرسالة معيّنة وليس بالتأثير التّراكمي البطيء للتعرّض لوسائل الإعلام. كما أنها ترتكز على الطلبة والجنود وليس على فئات المواطنين الأخرى وقد لا يمكن تعميم نتائجها على ظروف التعرّض الطّبيعية، كما أنّها تزيد من قدرات التأثيرات التي يحصل عليها الباحث.

أمّا الدّراسات الميدانية فتقوم بدراسة الجماهير في ظروف التعرّض الطّبيعية وهي تتوصل، على عكس الدّراسات التجريبية إلى أقل قدر من النتائج عن التأثير، كما أنّها تركز على السّلوك (التصويت أو الشراء) **(80)** ليس فقط على دراسة الاتجاهات والمعتقدات، ولكن بشكل عام يفترض دائما أن الرّسالة ستحدث تأثيرا.

والمشكلة أنّنا نبحث باستمرار عن تأثير محدّد مما يجعلنا لا نرى التأثيرات الأخرى الجانبية التي تترتب على التعرّض للرّسالة.

فالتأثيرات الأولية للرّسالة قد لا يمكن ملاحظتها مباشرة لأنّها تحدث على مستوى التصورّ الذي نظّمه المتلقي في ذهنه أو عقله. فبينما يمكن أن نخرج باستنتاجات عن تأثيرات الإعلام، تقوم على أساس المتلقي، إلا أن التأثير الحقيقي للرّسالة قد يكون أقل وضوحا، وأبعد في مداه، ومعقدا أكثر مما تشير الأمور التي يمكن ملاحظتها، وقياس التأثير على التصورّ هو أمر يصعب قياسه بدقة لأنّه يتم تدريجيًا.**(81)**

ـ الاهتمام الاجتماعي بتأثير وسائل الإعلام :

إنّ الاهتمام بمسألة التأثير ليس بالشيء الحديث عملية تأثير الوسيلة على الجمهور عندما ظهرت الإذاعة في 1920، ثم ظهرت السينما و التلفزة كوسائل سمعية بصرية استطاع بفضلها الممارسون الدّعائيون الوصول إلى جمهور واسع من الناس.**(82)**

ولقد سادت مبررات عديدة حول القلق من تأثير وسائل الإعلام الجماهيرية وشعر المفكرّون بالقلق لإيمانهم بأن وسائل الإعلام تتمتّع بقدرات ضخمة جدا على الإقناع قد تستغل في الخير أو الشر.

فقد حلت وسائل الإعلام محل العنف أو القهر الذي كان سائدا في الماضي في إقناع الجماهير وإخضاعهم للأنظمة القائمة، وذلك باستخدام الدّعاية والإعلان على نطاق واسع لخلق تصورّات معينة تخدم الأوضاع الرّاهنة وتساعد على استمرارها. بالإضافة إلى هذا شعرت نسبة كبيرة من المفكرين والمصلحين بأن وسائل الإعلام لم تعد مؤسسات صغيرة تمثل الجماهير وتعكس مشاكلها، بل أصبحت مؤسسات ضخمة جدا تهدف إلى تحقيق الرّبح وانفصلت عن الجماهير. تعكس تلك المؤسسات وجهات الأقلية القوية، اقتصاديا وتفرض وصاية على ما سوف يتعرّض له الفرد العادي من المعلومات. ولكن أثبتت الدّراسات العلمية أن تأثير وسائل الإعلام هو مجرد متغير يعمل مع متغيرات أخرى مثل شخصية الفرد وعائلته والجماعات التي ينتمي إليها ... إلخ. في إحداث التأثير.

فالحملات الإعلامية كثيرا ما تفشل بسبب تلك المتغيرات، ويعتبر هذا الرأي الاتصال عملية وأن تأثيره ليس مباشرا. **(83)**

ـ أنواع تأثير وسائل الإعلام :

هناك أنواع من التأثيرات يمكن أن تحدثها وسائل الإعلام في الجمهور ويمكن أن نوجزها فيما يلي :

1. تدعيم الاتجاهات والآراء السّابقة
2. خلق آراء عن الموضوعات الجديدة
3. التغيير أو التحّول
4. التنشئة الاجتماعية
5. الإثارة الجماعية
6. الاستثارة العاطفية

هذا التصنيف لأنواع التأثيرات لا يجمع عليه العلماء، بل هناك من يعتبر بعضها متداخلا، غير أن الإجماع هو في أنّ أهم أنواع التأثير الممكنة الحدوث هي الثلاثة الأولى والتي سنركّز حديثنا عليها.

أ. تدعيم الاتجاهات والآراء السابقة :

تشير الدراسات بما لا يدع مجالا للشك إلى أن وسائل الإعلام يحتمل بشكل عام أن تدعم الآراء الموجودة بين الجمهور أكثر مما يحتمل أن تغير تلك الآراء **(84)**. وحدوث التغيير البسيط في الاتجاهات يبدوا أكبر من احتمال حدوث التحوّل في الرأي، كذلك احتمال حدوث تغيير بسيط أقل من احتمال قيام وسائل الإعلام بتدعيم الآراء والاتجاهات.

ولكن ليس معنى هذا أن التحول الكلي لا يحدث، أو أن وسائل الإعلام لا تعمل في بعض الأحوال على نشر التغيير على نطاق واسع **(85)**. ويرجع السّبب في أنّ وسائل الإعلام تعمل أكثر كأداة للتدعيم منها كأداة للتغيير إلى الطّريقة التي يتم بمقتضاها تحقيق وسائل الإعلام للتأثير.

وتأثير وسائل الإعلام يحدث بالتعاون مع، ومن خلال ظروف ومؤثرات وسيطة خارجة على ظرف الاتصال ومن بين تلك العوامل :

- الاستعدادات السابقة والعمليات الانتقائية المتصلة بهذه الاستعدادات مثل التعرّض الانتقائي والإدراك الانتقائي والتذكر الانتقائي.**(86)**

فالنّاس تعرض نفسها لوسائل الإعلام بشكل انتقائي، فتختار ما يتفق مع اتجاهاتها السابقة وتتجنب التعرّض للرّسائل التي لا تتفق مع وجهات نظرها. وإذا تعرض الفرد لرسائل مخالفة لوجهات نظره فكثيرا ما يدرك معناه بشكل محرّف (الإدراك الانتقائي) ليجعلها تتفق مع وجهات نظره. كذلك يميل الناس إلى تذكر المواد التي تتفق مع آرائهم أكثر من المواد المخالفة لها، وبالرّغم من أن هذه الظواهر شائعة بشكل كبير إلا أنه نادرا ما يجربها جميع الأفراد في أي ظرف من ظروف الاتصال.

- الجماعة وتقاليد الجماعة التي ينتمي إليها أعضاء الجمهور :

إن الاتجاهات السّابقة التي تعكس تقاليد الجماعات التي ينتمي إليها أفراد الجماهير شديدة المقاومة للتّغيير، وتزيد المقاومة بشكل خاص إذا كانت أساليب الجماعة هامة، كما أنّها تزيد حينما يقدر الأفراد عضويتهم في الجماعة.**(87)**

- نقل مضمون وسائل الإعلام عن طريق الاتصال الشخصي :

ينقل الأفراد عادة ما يعرفونه من وسائل الإعلام إلى الآخرين الذين يشاركونهم في اهتماماتهم مما يزيد عدد الجمهور الذي تصله الرّسالة ولكن يحتمل أن تتكوّن الزيادة من أفراد تتفق آراؤهم مع الآراء التي تعرض عليهم.**(88)**

- قيادة الرّأي :

أظهرت الأبحاث أنّ الجماهير في كثير من الأمور، تتأثر بقادة الرأي أكثر مما تتأثر بوسائل الإعلام، وقادة الرّأي، أولئك أعضاء في نفس الجماعة، وهم أكثر احتراما لأساليبها من الذين يتبعونهم، والفرق بين التابع والقائد أنّ القائد أكثر تعرّضا لوسائل الإعلام ويعمل كناقل للمعلومات أو مفسّر لها.

وبالرّغم من أنّ أغلب الدّراسات التي أجريت حتى الآن عن قادة الرّأي ركزّت على دورهم في إحداث التغيير إلا أنّ هنالك من الدّلائل ما يدعو للإيمان بصحة الرّأي الذي يقول إنهم يساعدون على الاستمرار والتدعيم.

- طبيعة وسائل الإعلام التجارية في مجتمع النّظام الحرّ :

من المعتقد أنّه لكي تتجنب وسائل الإعلام إغضاب أي قطاع هام من الجمهور الكبير المختلف المشارب، تضطر تلك الوسائل إلى ترديد الاتجاهات التي يقبلها الجميع.**(89)**

وتحليل مضمون المواد الترفيهية في الأربعينات والخمسينات من القرن الماضي يؤيد تلك الادعاءات، ونتيجة لذلك يقال إنّ وسائل الإعلام تشجع استمرار الأوضاع الرّاهنة وهذا تأثير تدعيمي سواء بالنسبة للفرد أو المجتمع.

هناك ظاهرتان متصلتان بتأثير الاتصال يمكن تفسيرها مبدئيا على ضوء القوى الوسيطة التي ذكرناها من قبل.

- التغيير الطفيف على الاتجاهات يحدث باستمرار بعد التعرض للرّسائل التي تهدف للاقتناع، أمثال ذلك التغيير الطفيف قد يظهر نواحي نقص في العمليات الانتقائية، وقد يظهر أن الأساليب التي تطبقها الجماعة فيها تحرّر. وتحدث بعض حالات التغييرات الطفيفة نتيجة لحدوث صراع بين الاتجاهات السابقة أو أساليب الجماعة أو غير ذلك من الضغوط المعارضة.

- الاتجاهات المتصلة "بالذات" تقاوم بشكل خاص التغيير، حيث أنّ هذه الاتجاهات هامّة جدا لأعضاء الجمهور وسواء بالنسبة للإنسان كفرد أو كمخلوق اجتماعي تنشط في هذه الحالة العوامل الوسيطة التي تساعد على التدعيم بشكل كبير.**(90)**

ب. خلق آراء عن الموضوعات الجديدة:

من الآراء الشائعة أن وسائل الإعلام قادرة على خلق آراء بين الناس الذين لم يكن لديهم بشكل أو بآخر معلومات سابقة عن الموضوع الذي يتعرضون له.

بعض المادة التي تقدّم لتأييد هذا التعميم أو التشكيك فيه قد لا يكون لها دائما صلة بالموضوع، فبعض الدراسات تدخل ضمن "المحايدين" أولئك المهيئين بلا شعور لتأييد جانب أو آخر، وقد لا يفرق البعض الآخر من الباحثين بين عدم وجود رأي وبين الحياد، وتركزّ بعض الدراسات الأخرى مباشرة على تأثير وسائل الاتصال على الموضوعات الجديدة تماما بالنسبة للجمهور.

ولكن نسبة كبيرة من الدّراسات المعمليّة والميدانية تشير إلى أن الاتصال شديد الفاعلية في خلق آراء عن الموضوعات التي يحتمل ألا يكون الجمهور قد كوّن نحوها آراء سابقة. كما وجدت الدّراسات أنّ الرّسائل التي تتناول تلك الموضوعات قادرة على تحصين أعضاء الجمهور، وعلى جعلهم أكثر مقاومة للرّسائل التي تأتي بعد ذلك عارضة وجهة نظر معارضة، ووجدت الدراسات أيضا أن الاتصال الجماهيري قادر على جعل الأحداث لها كيان ومعنى عند الجمهور، غير أن مقدرة الاتصال الجماهيري بالنسبة لهذا الموضوع لم يتم إبرازها تماما.**(91)**

وإن كان في الإمكان تفسيرها بسهولة، فنستطيع أن نقول أنّه إذا كان الموضوع فعلا "جديدا" لا يحتمل أن يحدث صراع بين الرّسالة والاتجاهات السّابقة المعارضة أو بينها وبين أساليب الجماعة المعارضة أو قادة الرّأي المعارضين.**(92)**

ج. التحوّل :

بالرغم من أن التحول لا يحدث كثيرا إذا قورن بالتدعيم، إلا أن التحول الذي تلعب فيه وسائل الإعلام دورا يحدث، وفي بعض الأحيان ينتشر على نطاق واسع.

وفي عمليات التحول التي تلعب فيها وسائل الإعلام دور مختلف العوامل أو الظروف الخارجة على عملية الاتصال التي تجعل التدعيم عادة يبدوا أقل فاعلية، تعمل في بعض الأحوال، في الناحية المضادة أي تعاون على إحداث التحوّل.**(93)**

وهذه العوامل هي :

- العمليات الانتقائية :

العمليات الانتقائية تعمل على تدعيم الاتجاهات ولكن هذه العمليات لا تعمل بكفاءة مطلقة، ففي بعض الظروف قد تساعد العمليات الانتقائية للرسائل الإعلامية على إحداث التغيير.**(94)**

وعلاوة على ذلك، حينما تدفع العوامل الخارجة على عملية الاتصال الفرد نحو التّغيير، نجد أن العمليات الانتقائية تجعل ذلك الفرد حساسا للرّسائل التي تقترح التغيير.**(95)**

- الجماعات وأساليبها :

تعمل الجماعات الأساسية التي ينتمي إليها الفرد – أو يتمنى الانتماء إليها، غالبا كمؤثر من المؤثرات التدعيمية التي تقاوم التغيير، ولكن في بعض الأحوال الخاصة قد تعاون الجماعات، وعلى غير العادة الأفراد على التغيير وتشير النتائج التي تم التوصل إليها بالتجربة، إلى أن أساليب الجماعات قد تتفوق أيضا عن ممارسة أي تأثير بالمرة، لأن الجماعة ذاتها تختفي أو لأن أساليبها تصبح غير مجزية، أو في حالة فرد معيّن نتيجة لتغييره الجماعات التي ينتمي إليها. ومناقشة الجماعة للرّسائل قد تجعل الأساليب

أكثر ظهورا وبذلك تعيد تحول المنحرفين، كما أن أساليب الجماعة ذاتها قد تتغير كما يحدث حينما يظهر أنّ أسلوبا أساسيا آخر أصبح أصلح.**(96)**

- التأثير الشخصي :

أظهرت الأبحاث أن قيادة الرأي والتأثير الشخصي لهما دور هام جدا في عملية اتخاذ القرارات وتغيير وتحول الاتجاهات والسلوك **(97)**. و لكن يبدو أن التأثير الشخصي عامل ضروري في التحويل، وتفوقه النسبي على وسائل الإعلام يختلف بشكل كبير من موضوع إلى آخر، كما يبدو أنّ التأثير الشخصي يعمل أيضا كأداة للتدعيم، والحدوث النسبي لهاتين الوظيفتين غير واضح تماما. كذلك يبدو أن وسائل الإعلام تقدم الوسيلة العملية للوصول إلى قادة الرّأي. **(98)**

- الاستعداد للاقتناع :

تشير التجارب المعملية التي استخدمت وسائل مقاربة لوسائل الإعلام إلى أن بعض الأفراد أكثر استعدادا للاقتناع من غيرهم، وأنّ بعضهم أقلّ استعدادا للاقتناع. وتشير أيضا إلى أن استعداد الأفراد للاقتناع لا صلة له بالموضوع، ويبدو أن الاستعداد للاقتناع يرتبط مع الشعور بالنقص، وليس له صلة بالذكاء، وبالنسبة لخصائص الشخصية الأخرى التي يحتمل أن تتماشى مع الاستعداد للاقتناع، فالنتائج كانت، حتى أواخر الستينات متضاربة أو محدودة جدا، فنحن لا نعرف شيئا من العلاقة السببية إذا كانت هناك أي علاقة بين الاستعداد للاقتناع وخصائص الشخصية التي ستتماشى معها.**(99)**

د- التنشئة الاجتماعية :

هناك مؤسسات معينة في كل مجتمع قد تقوم بتنشئة الأفراد وتثقيفهم وتعليمهم السلوك المقبول اجتماعيا، إضافة إلى تلقينهم المعارف والعقائد، التي تشكل بيئتهم الثقافية والحضارية ومن هذه المؤسسات المنزل والمدرسة والمراكز الدينية هذا بالإضافة إلى المؤسسات الرياضية كالأندية ومراكز الشباب... وغيرها.**(100)**

ثم جاء عصر الإعلام ... الذي لم يعد مجرد مساهم صغير في عملية التنشئة بل أصبحت عاملا هاما ومؤثرا في هذه العملية، فالإعلام يتيح تنشئة اجتماعية أفضل، من خلال توفير رصيد مشترك من المعرفة يمكن النّاس من أن يعملوا كأعضاء ذوي فعالية في المجتمع الذي يعيشون فيه ودعم التآزر والوعي الاجتماعيين، وبذا تكفل مشاركة نشطة في الحياة العامة.**(101)**

كثير من الناس يتعامل مع الإعلام على أنه مجرد أداة ترفيه أو مصدر للأخبار ليس أكثر، إن هذه النظرة تعد ضيقة إذ ليس هناك ترفيه بريء ولا أخبار محايدة، إن كل ما نسمعه أو نراه أو نقرأه في الإعلام لا يخرج عن إزالة القيم السلبية ... وتثبيت أخرى محلها إيجابية أو ترسيخ شيء قائم والتصدي لآخر قادم وهذا هو المقصود بالتنشئة الاجتماعية.**(102)**

هـ- الإثارة الجماعيّة :

من خصائص الإعلام قدرته على الوصول إلى قطاع كبير من الجمهور وهذا يمثل وجها من الوجوه الإيجابية للإعلام، إلاّ أن الوجه السلبي له يتمثل في إساءة استخدام ذلك. ويقوم الإعلام بمهمة الحشد الجماهيري لضمان مؤازرة وتأييد قضية ما ويعمل على استنهاض الحس الذاتي للجماهير لدفعها إلى الالتفاف حول تلك القضية.

وعملية الإثارة الجماعية التي يقوم بها الإعلام يمكن أن تحدث في أي وقت لكنّها أنجح ما تكون في وقت الأزمات كالسخط الجماهيري. إن حس التصرف في أوقات الأزمة والقدرة على التعامل مع معطيات وظروف تلك الأزمة يسمى فن إدارة الأزمات، ويدخل في هذا الفن توظيف الإعلام للتأثير في الجماهير ودفعها في الاتجاه الذي يراد للأزمة أن تسير فيه أي إثارة الجماهير وتحريكها لتتكيف مع ظروف هذه الأزمة.**(103)**

و- الاستثارة العاطفية :

يتنازع الإنسان في موقفه من المثيرات الحسية أو المنبهات الذهنية التي تواجهه أمران : المشاعر والعواطف أو المنطق والعقل ونستطيع أن نتحدث عن عقل ومنطق واحد لكن هناك عدّة مشاعر وعدد من العواطف. هناك الحب والكراهية –الحزن والسعادة- الرضا والغضب وغيرها من المشاعر.

العقل هو عدم الاستجابة التلقائية لما يعترض الإنسان من مثيرات حيث يخضع السلوك الإنساني استجابة لمثير ما إلى حسابات دقيقة يقدر فيها الربح والخسارة. والعواطف كامنة داخل الفرد يتم استثارتها حينما يفقد العقل أو المنطق دوره في السيطرة عليها وكثيرا ما يحدث ذلك.

والإنسان مهما بلغ من جهد لا يستطيع دائما السّيطرة على عواطفه من خلال تحكيم عقله، فلو استطاع ضبط مشاعر الغضب فإنه لا يستطيع أن يتحكم في مشاعر الحزن أو الكراهية أو الحب على سبيل المثال.**(104)**

والإعلام يتمتع بقدرة فائقة في التعامل مع عواطف الإنسان من خلال استخدامه لأساليب العرض بما تملكه من إمكانيات تخاطب الفكر والوجدان.

لكن ليس هناك قاعدة ثابتة نستطيع على أساسها أن نعمم أي الاستمالات أو الاستثارات أفضل في أغلب الظروف، فالتجارب المختلفة تشير إلى أن الاستمالات العقلية المنطقية أفضل في بعض الأحوال من الاستمالات العاطفية، في حين أن الاستمالات العاطفية قد تصلح أكثر في ظروف أخرى.**(105)**

- شروط تأثير وسائل الإعلام :

حتى يمكن للإعلام أن يحدث التأثير الذي سبق الإشارة إليه يتوقف ذلك على مدى توافر بعض

العوامل والشروط، تلك العوامل هي التي يمكن في ظلها أن يؤثر الإعلام في الجمهور.

وكما سبق الإشارة أيضا أن الإنسان ليس حالة سلبية يتأثر بتلقائية ساذجة بكل الرّسائل الإعلامية التي يتعرّض لها إنما تأثره تتدخل فيه متغيرات كثيرة بعضها نفسي له علاقة بشخصية الإنسان وبعضها اجتماعي له علاقة ببيئته الاجتماعية وبعضها بالفترة الزمنية التي تعرض فيها الرسائل.

هذه المتغيرات هي الشروط التي يجب توافرها لحدوث التأثير، هذه الشروط أو العوامل تنقسم إلى عدّة أنواع وهي كالتالي :

أ. شروط لها علاقة بالمصدر أي نوع الرسالة الإعلامية التي يتعرض لها الفرد (المرسل).

ب. شروط لها علاقة بالبيئة المحيطة التي تبث فيها الرسالة الإعلامية

ج. شروط لها علاقة بمضمون الرسالة الإعلامية

د. شروط لها علاقة بالجمهور (المستقبل)

أ. الشروط التي لها علاقة بمصدر الرسالة الإعلامية :

- خبرة المصدر : تضفي الخبرة التي يتمتع بها مصدر الرسالة الإعلامية قدرة تأثيرية على رسالته، والخبرة يقصد بها مدى معرفة صاحب الرسالة (المرسل) بالموضوع الذي يتحدث عنه فكلما كان الشخص (المرسل) ملما بموضوع الرسالة الإعلامية التي يوجهها كلما كان تأثيره أو تأثير المتلقي عنه (المستقبل) أكبر والعكس صحيح.

- المصداقية : تزداد قوة تأثير المصدر كلما استحوذ هذا المصدر على ثقة الجمهور بمصداقية معه ويقل هذا التأثير تبعا لضعف هذه الثقة أو المصداقية إلى أن تتلاشى تماما.**(106)**

- وسيلة الإعلام : تتفاوت وسائل الإعلام في درجة تأثيرها على الجمهور بفعل عوامل كثيرة طبقا لقدرات وإمكانيات كل وسيلة منها، فالتلفزيون يعتبر من المصادر الرئيسية التي يتعرض لها الجمهور والتي تؤثر في تكوينه، وبلورة أفكاره.**(107)**

- احتكار وسيلة الإعلام : يؤدي احتكار وسيلة الإعلام إلى أحادية في مصدر المتلقي، هذه الأحادية تؤثر في الفرد من حيث أنها تلقي التنوع في الآراء والأفكار ووجهات النظر الذي عل أساسه يستطيع الفرد أن يشكل تصورا محايدا من خلال الاختيار بين عدّة بدائل.

إن الذي يحدث في حالة احتكار وسائل الإعلام من قبل بعض الأفراد أو الهيئات أو المؤسسات هو تعرض الإنسان لنفس الرسالة الإعلامية، بطرق وأشكال مختلفة كما يراها هؤلاء الأفراد أو تلك المؤسسات فإنها ستعبر عن نفس التطور سواء نشرت في الصحف أو بثت في الإذاعة أو حتى عرضت في التلفزيون.**(108)**

ب. الشروط التي لها علاقة بالبيئة المحيطة (المحيط الاجتماعي) :

إنّ البيئة التي يعيش فيها الإنسان تمثل عاملا مساعدا للإعلام، لكي يحدث التأثير المتوقع فيه وذلك عن طريق :

- **قادة الرأي وأصحاب المكانة الاجتماعية** : اكتشفت الدراسات أن الأفكار تتدفق من أجهزة الإعلام إلى قادة الرأي، ومن هؤلاء إلى القطاعات الأقل فاعلية من السكان، والخطوة الأولى من المصدر إلى قادة الرأي إنما هي نقل معلومات، أما الخطوة الثانية من هؤلاء إلى الأتباع فهي التي تتضمن انتشار التأثير.**(109)**

وقادة الرأي هم الذين لهم مكانة خاصة في المجتمع، هذه المكانة قد تكون بسبب تفوقهم أو شهرتهم.

- **الحالة التي عليها المجتمع** : تؤثر حالة المجتمع في قدرة الإعلام على التأثير في الجمهور لأن مضمون الرسالة الإعلامية لكي يؤثر لابد وأن يعكس واقع المجتمع بشكل أو بآخر.

ج. الشروط التي لها علاقة بمضمون الرسالة الإعلامية :

يتأثر الجمهور بنسب متفاوتة بمضمون الرسالة الإعلامية إذا ما توافرت فيها العوامل الآتية :

- أن يكون مضمون الرسالة الإعلامية يتعلق بقضية تشغل الرأي العام
- تكرار عرض الرسالة الإعلامية
- طريقة عرض الرسالة الإعلامية
- طريقة صياغة الرسالة الإعلامية.**(110)**

د. الشروط التي لها علاقة بالجمهور (المستقبل) :

إن الجمهور خليط متباين من الأفراد يختلف كل فرد فيه عن الآخر بالكيفية التي يستقبل فيها الرسالة الإعلامية الرياضية وهناك عوامل لها علاقة بالجمهور يجب توافرها حتى يتحقق التأثير المتوقع من الإعلام وهذه العوامل هي :

- قابليته كالتفكير والاستماع
- توقعاته
- دوافعه
- جنسه (ذكر، أنثى)
- تعلمه (تحليل الرسائل وتفسيرها).**(111)**

- نظريات التأثير :

ليس هناك اتفاق بين علماء الاتصال الجماهيري (وسائل الإعلام) على الكيفية التي تؤثر بها وسائل الإعلام بصفة عامة على الجمهور أو على نوعية ذلك التأثير بالرغم من أن هناك إجماعا على تأثير تلك الوسائل على جمهورها نظرا لمخاطبته لقطاع كبير من الجمهور.

ولهذا أصبح تأثير الإعلام على الجمهور مجالا ضخما قائما بذاته له نظرياته وأبحاثه الخاصة، وسنتناول في ما يلي أساليب تأثير الإعلام على الجمهور من خلال نظرياته.

أ. النظرية التحجلدّية (نظرية التأثير المباشر أو قصير المدى) :

ينبغي التذكير بأن البحوث الإعلامية لم تنطلق بصفة علمية إلا مع نهاية العشرينات، وكانت هذه البحوث الأولية ترتكز على نظرية التأثيرات المستمدة مباشرة من افتراضات طبيعة المجتمع الجماهيري، أي أنّ وسائل الإعلام لها قوة معتبرة في التأثير على كل فرد بصفة متماثلة، لأنّ من افتراضات نظريات التأثير الجماهيري، أنّ الأفراد لا يتصرفون وفق المنطق والعقل وإنّما حسب الدوافع العاطفية واللاعقلانية، كما كانت هذه البحوث ترتكز على **علم النفس السلوكي** مع مطلع القرن الحالي، الذي اعتقد رواده أنّ شخصية الإنسان تتكون لا أكثر ولا أقل من استجابات إلى منبهات في محيطه التي تشكل أنماطا ثابتة وجلية للسلوك أي أن الفعل الإنساني يتحدد بقوى خارجية بدل اختيار شخصي.**(112)**

وتصوّر هذه النظرية محتوى وسائل الإعلام وقد تم حقنه في شرايين الجمهور الذي كان يفترض حينئذ أن رد فعله سيكون بطرق يمكن التنبؤ بها ويستطيع المرء أن يجد فكرتين أساسيتين وراء هذه النّظرية :

- صورة مجتمع حديث كأنما هو مكون من مجموعة من (ذرّات) من الأفراد يتصرفون طبقا لمصالحهم الشخصية بلا عائق من صلات اجتماعية أو قيود.
- رأي مهيمن بأن وسائل الإعلام الجماهيرية منهمكة في حملات لتعبئة السلوك طبقا لأغراض مؤسسات سواء عامة أو خاصة، قوية (مثل المعلنين، البيروقراطيات الحكومية، الأحزاب السياسية، وغيرها).**(113)**

إذن من هذه الخلفية يمكن أن نوضّح هذه النظرية في هذه النقاط :

- تقدّم وسائل الإعلام رسائل إلى أفراد المجتمع الجماهيري الذين يدركونها بصفة متماثلة تقريبا.
- تعمل هذه الرسائل كمنبّهات تؤثر على وجدان ومشاعر الأفراد تأثيرا قويّا.
- تدفع هذه المنبهات (الرسائل الإعلامية)، الأفراد إلى الاستجابة بصفة متماثلة تقريبا وتخلق تغيرات في التفكير والفعل لدى الفرد الواحد تماثل نفس التغييرات التي تحدث من الأفراد الآخرين.
- بما أنّ الأفراد لا تربطهم روابط تقليدية ولا تتحكم فيهم ضوابط قوية كالعادات والتقاليد، فإن تأثير وسائل

الإعلام يعتبر قويا متماثلا ومباشرا، ومن أشهر الدراسات التي بنيت على أساس هذا المنظور هي دراسة ما يسمى **(Payne Fund)** بنيويورك عام 1928، للبحث عن علاقة بين مشاهدة الأفلام السينيمائية وبين مواقف وعواطف وسلوك الشباب.**(114)**

ولاحظ **هالوران** (1969) أنّ نظرية الحافز والاستجابة الميكانيكية هامة لأنّها "حتى في أشكالها الفجة، لم تختلف تماما، ولأنّها أساسا تنبع من الكثير من التفكير في الإعلام الجماهيري"، ومعنى هذا أنها لا تزال صحيحة نسبيّا، ويلوم كثير من الباحثين مبدأ الحافز والاستجابة لأنّه أدى إلى نشأة فكرة عملية الإعلام الجماهيري باعتبارها مجرد عملية إقناع.**(115)**

لكن لا بد من التأكيد إلى وجود عوامل أو أسباب أخرى تساهم في وقوع التأثير، فالإنسان ليس كائنا سلبيا يتأثر بكل ما يصادفه بمعزل عن تركيبته النفسية وبيئته الاجتماعية ومستواه الثقافي والتعليمي وما يترتب عليه من خبرات سابقة.**(116)**

ب- نظرّية التدفق على مرحلتين :

تندرج النظرية ضمن النظريات التفسير الاجتماعي لتأثير وسائل الإعلام. وقد نشأت النظرية أصلا عن دراسة دقيقة لأثر وسائل الإعلام في حملة انتخابية هي انتخابات الرئاسة الأمريكية لعام 1940 (**لازارسفليد** و **بيريلسون** و **غوديت** 1944)، وتمت صياغتها فقط بعد مزيد من البحث المبني على نتائج تلك الدراسة.**(117)**

وانتهت الدراسة التي أجراها **لازارسفليد** وجماعته إلى الشك في فعالية نموذج الإبرة على صعيد التطبيق، ولقد اكتشفت الدراسات أن الأفكار تتدفق من أجهزة الإذاعة والصحافة إلى قادة الرّأي، ومن هؤلاء إلى القطاعات الأقل فاعلية من السكان. والخطوة الأولى من المصدر إلى قادة الرّأي إنما هي نقل معلومات، أما الخطوة الثانية من هؤلاء إلى الأتباع فهي التي تتضمن انتشار التأثير.**(118)**

وتختلف هذه النظرية عن سابقتها في نظرتها إلى الجماهير، فهي لا تعتبرها كتلا لا يتفاعل الأفراد في داخلها، إن الأفراد يتفاعلون، ووسائل الاتصال الجماهيرية لا تمتلك القوة التي كان يظن أنها تمتلكها.**(119)**

يمكن تلخيص الخطوط الرئيسية لنقد هذه النظرية في النقاط التالية :

- النمط مبني على أساس تقسيم واضح إلى أدوار إما إيجابية أو سلبية، وواقعيا ينبغي أن نفكر في هذا باعتبارها سلسلة متصلة، ونفكر في الأدوار باعتبارها متبادلة. الدلائل الأصلية على نظرية لازارسفيلد وجماعته تبين أنّه رغم وجود علامات مميّزة عامة لقيادة الرّأي العام، فإن بعض الأفراد قد يكونون أتباعا في بعض الموضوعات وقادة في أخرى.

- يمكن أيضا اعتبار كل من "القادة" و"الأتباع" مشاركين في نفس المميزات أو في مميزات مشابهة، وأنّهم مختلفون بدرجات متفاوتة عن طائفة ثالثة من الناس الذين لا يهتمون بوسائل الإعلام أو يناقشونها مع أولئك الذين يهتمون بها، هم أساسا غير مشاركين في توزيع الأفكار، وقد يكونون مجموعة كبيرة نسبيا، ومن ليسوا قادة ليسوا بالضرورة أتباعا، وقد بينت البحوث أن قادة الرأي العام مستقبلون أيضا للإعلام.

- كلمة " قادة الرأي" يمكن أن تضلل، حيث أنّها كما تستخدم هنا لا تحدد من ينشئون الأفكار لاحقا.

- قد يكون هناك أكثر من مرحلتين في عملية التأثير كما بينت البحوث (**منزل** و **كاتز** 1955 مثلا)، التغيير قد يحدث على عدة مراحل، مؤثرا في أفراد قليلة ذات نفوذ أولا، ثم في من اندمجوا في دوائر اجتماعية مناسبة، ثم بعد ذلك مؤثرة في الأكثر عزلة أو الأقل اندماجا.

- يمكن أيضا أن يكون التأثير مباشرا من وسائل الإعلام إلى الأفراد المعرضين له وليس من الضروري المرور بمرحلة "قادة الرأي".

- تفترض النظرية وضعا تكون فيه قنوات وسائل الإعلام المصدر الأول أو الوحيد للأفكار والمعلومات، في حين قد توفر قنوات غير إعلامية المصدر الأول للأفكار والمعلومات (منظمات العمل، التجربة السياسية أو الاقتصادية المحلية مثلا).

- المثل مناسب جدا لمجتمع نام، تحت الظروف الاجتماعية الطبيعية وقد يكون أقل انطباقا على مجتمع تقليدي لديه وسائل إعلام قليلة، أو على ظروف أزمة أو شك في المجتمعات النامية. وتحت أي من الظرفين، من المحتمل وجود تناوب أطول للاتصال لنقل المعلومات والتأثير من شخص لآخر.**(120)**

ت. نظرية التأثير على المدى الطويل أو التراكمي :

ترى هذه النّظرية أن تأثير ما تعرضه وسائل الإعلام على الجمهور يحتاج إلى خبرة طويلة حتى تظهر آثاره من خلال عملية تراكمية ممتدة زمنيا تقوم على تغيير المواقف والمعتقدات والقناعات وليس على التغيير المباشر الآني لسلوك الأفراد.

إنّ الإنسان يحتاج إلى زمن طويل حتى يغير نمط تفكيره وأسلوب حياته وطريقة تعامله مع الأشياء الموجودة في البيئة المحيطة به واستمرار تعرضه عبر وسائل الإعلام إلى أفكار وقيم تختلف وأسلوب حياته التي اعتاد عليها يؤدي به إلى تبني بعض تلك الأفكار أو القيم ويغير في أسلوب حياته متأثرا بما يعرض عليه وبدرجة تختلف من فرد إلى آخر حسب تركيبة شخصيته وحالته النفسية والبيئة الاجتماعية التي يعيش فيها وكذلك نوع الوسيلة الإعلامية التي يتعرض لها ومضمون وأهداف وسياسة كلّ منها.

ووفقا لهذا الأسلوب فإن استمرار تعرض الفرد إلى المادة الإعلامية التي تنبذ مظاهر معينة، يؤدي

إلى اقتناعه بذلك على المدى الطويل.**(121)**

ث- نظرية التطعيم أو التلقيح :

اشتق اسم هذه النظرية وفكرتها من الفكرة نفسها التي يقوم عليها أساس التطعيم ضد الأمراض، فالجرعات المتتالية من المفاهيم والقيم التي نتلقاها من الإعلام تشبه الأمصال التي تحقن بها لكي تقل أو تنعدم قدرة الجراثيم على التأثير في أجسامنا، فاستمرار تعرض الجمهور لمشاهد العنف والجريمة مثلا يخلق لديهم حالة من اللامبالاة تجاهها وعدم النفور منها.**(122)**

فحالة السلبية هذه تجاه الأشياء السلبية في الإعلام جاء نتيجة الحقن المنتظم لعقول هذه الجماهير بهذه الأمصال الإعلامية مما ولد حالة من البلاد تجاهها أشبه بالحصانة التي يضعها المصل حينما تلقح به ضده الأمراض.**(123)**

ج - نظرية تحديد الأولويات :

في عام (1992) نص **والتر ليمان** في كتابه الشهير "الرأي العام" على أن أجهزة الإعلام قوة ذات قدرة على تشكيل الصور السياسية في الأذهان. إنّه يرى أنّ العالم الذي نتعامل معه سياسيا بعيد المنال، بعيد عن النظر، بعيد عن الذهن، وعليه ينبغي أن يكتشف، ويخبر عنه ويتصور.

وما زالت الاجتهادات تتوالى في مجال العلاقة بين تشكيل الذهن سياسيا وأجهزة الإعلام.

ولقد حاول **(ماكسول ماكوب** و **دونالدشر)** عام 1968 دراسة العلاقة بين ما تؤكد عليه أجهزة الإعلام وما يظنّه الناخبون أنه قضية مهمة.

وفي النتائج التي اهتديا إليها ما يمكن تفسيره بأن لأجهزة الإعلام تأثيرا مباشرا يسيرا على الأفكار والاتجاهات، ولكن لها تأثيرا مباشرا عن طريق التراكم على أجندة الموضوعات المختلفة التي تدور حولها أفكار الناخبين.

إن ما تذهب إليه اتجاهات تحديد الأجندة يتلخص في أن أجهزة الإعلام لها درجة من الحرية في (ترتيب الأولويات) عن طريق تحديدها وإبرازها بعض القضايا وبعض المرشحين وخصائصهم. إنّ التساؤل الذي يطرح هو من يحدد واقعية الأجندة للمواطنين؟.**(124)**

وجدول الأعمال (أجندة) الإعلام هو ما يبثه من برامج وما يعرضه من موضوعات حتى ليبدو لجمهور القراء أو المشاهدين أو المستمعين أن هذه البرامج والموضوعات أولى وأهم من غيرها بالاهتمام. فحينما ينشر الإعلام رسائل إعلامية معينة فإنه يوحي للمشاهد أو للقارئ أنه لا شيء يستحق الاهتمام في هذا العصر أكثر مما يقرأ أو يسمع أو يشاهد كما أن الحيز الذي يوفره الإعلام في جدول أعماله لموضوع معين دليل على أهمية هذا الموضوع.

د- نظرية حارس البوابة :

أتت فكرة هذه النظرية من عمل الحارس الذي يقف على البوابة فيدخل من يشاء ويمنع من يشاء، وغالبا ما تتحكم الاعتبارات الشخصية في قرار هذا الحارس، والنظرية من حيث استخدامها في الحديث عن تأثير الإعلام تنطلق من أن الأشخاص العاملين في الإعلام يتحكمون فيما يصل إليه الناس من مواد إعلاميّة.

إنّ هذا التحكّم في تدفق المواد الإعلامية للجمهور يقوم به رجل الإعلام كحارس يقف على بوابة الجماهير ويسمح بتمرير مواد إعلامية معينة لهم.

إنّ رجل الإعلام أو حارس البوابة من خلال هذا الدور يحدد للجمهور ما يجب أن يقرأه أو يشاهده أو يسمعه.

ولأن وظيفة هذا الدور ذات طبيعة مزدوجة فحارس البوابة في الوقت الذي اختار أن ينشر لهم شيئا معينا استحسنه هو في نفس الوقت يحرمهم من قراءة أو مشاهدة شيء آخر.**(125)**

إنّ دور حارس البوابة الإعلامي مؤثر في الجمهور من ناحيتين :

الأولى : من خلال ما يعرضه عليهم بناء على اعتبارات شخصية بحتة، قد تكون تلك الاعتبارات الشخصية سياسية إعلامية مقصودة يراد من خلالها إحداث تغير ثقافي أو اجتماعي بالجمهور المستهدف وقد تكون تلك الاعتبارات وجهة نظر أملتها تنشئة هذا الحارس الاجتماعية والثقافية.

ومهما كانت تلك الاعتبارات فإنه قد لا يكون لها علاقة بمصلحة الجمهور من قريب أو بعيد.

الثانية : يكون تأثير حارس البوابة الإعلامي في الجمهور من خلال ما يحجبه عنهم.

فإذا سمح بمرور رسائل إعلامية معينة فإنه بالتأكيد قد منع عنهم أخرى قد يكونون في حاجة إليها أكثر من التي عرضت عليهم وهناك مقولة إعلامية تقول :

الأكثر أهمية ليس الذي تم عرضه على الجمهور بل ذلك الذي لم يتم عرضه.**(126)**

هـ - نظرية الاستخدامات والإشباع :

في إطار هذه النّظرية يجري البحث عن "الحاجات" و "الرغبات" التي ترضيها وسائل أجهزة الإعلام، وعما يحصل عليه المتلقي من الثواب في لقاء تعرّضه لتلك الأجهزة، إنّه بحث يحاول التعرف على ما يدفع الناس إلى انفاق الكثير من الوقت قبالة وسائل الإعلام ولقد انتهت الدراسات إلى تحديد ما يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام من"وظائف" في مجال "الاستخدامات والإشباع" منها :

- التسلية
- رؤية رجال في السلطة يسقطون
- الإحساس بالجمال
- المشاركة في تجارب الآخرين
- إرضاء الفضول والاستعلام
- التعرف الروحي
- الهروب
- التقمص
- تجربة الخطيئة بلا تحمل للذنب
- البحث عن نماذج للإقتداء
- الحصول على الهوية
- الوصول إلى معلومات عن العالم
- تثبيت الإيمان بالعدالة**(127)**
- التخلص من المشاعر المؤلمة (التطهّر)
- الاعتقاد بالمعجزات والعجائب والسحر
- رؤية الآخرين يرتكبون الأخطاء
- مشاهدة النظام يفرض على العالم
- المشاركة في صنع التاريخ (تقمص)
- التمكن من منفذ للدوافع الجنسية من غير تحمل للذنب
- اكتشاف المحرمات من غير مخاطرة
- مشاهدة القبيح والوحشي
- تعزيز القيم الأخلاقية والروحية والحضارية
- رؤية الأشرار وهم يعملون
- الإيمان بالحب الرومانسي

يتداخل مع هذا النموذج (النظرية) نموذج طلب المعلومات الذي يدور البحث في إطاره حول المتلقي وما يبتغي من وراء تعرضه لأجهزة الإعلام.

وقد اتسع هذا النموذج متجاوزا التركيز على الفرد إلى الاهتمام بالكيان الاجتماعي الذي له دوره في تشكيل استخدام الرسائل الإعلامية.

كما يتداخل معها نموذج الاعتقاد على الأشكال الذي يستدل به عند البحث عن التفاعل بين المتلقين والنسق الاجتماعي ووسائل الإعلام، ويذهب النموذج إلى أن وسائل الإعلام، يمكن أن تؤثر في الجمهور إلى الدرجة التي تنتهي به إلى الاعتماد عليها مصدرا للمعلومات.**(128)**

و- نظرية الاعتماد المتبادل:

تحاول نظرية الاعتماد المتبادل إعطاء تفسيرات لإدمان الفرد على مضامين وسائل الإعلام الجماهيري. فقد أكد متبنو هذا الاتجاه أن هنالك اعتمادا متبادلا ومتزايدا بين نظام وسائل الإعلام والأنظمة الاجتماعية الأخرى. وقد تتسلط هذه الصراعات أو تكون متعاونة، وقد تكون ديناميكية متعاونة، أو ساكنة ومنتظمة، كما أنها قد تتراوح بين أن تكون مباشرة قوية، وبين أن تكون مباشرة ضعيفة **(129)**. ومهما كان، فإن هذا التبادل يؤثر في مضمون وسائل الإعلام ويعمل على تقوية اعتماد الأفراد إزاءها.

فكلما قدمت وسائل الإعلام خدمات مهمة للأفراد، مثل المعلومات والترفيه، كلما ازداد الاعتماد

عليها. ومن نتائج هذا الاعتماد، أن الأفراد الأكثر اعتمادا على مضامين وسائل الإعلام هم الأكثر تأثرا بها في معتقداتهم وتصوراتهم بصفة عامة وعليه فهم أقل مقاومة في الحملات الإعلامية.

والأفراد مثل النظم الاجتماعية، ينشؤون علاقات اعتماد على وسائل الإعلام، لأن الأفراد توجههم الأهداف، وبعض أهدافهم تتطلب الوصول إلى مصادر تسيطر عليها وسائل الإعلام الجماهيرية.

وفيما يلي دراسة نمطية لعلاقات الاعتماد على نظام وسائل الإعلام الفردية:

الجدول رقم (10): نمطية علاقات الاعتماد على نظام وسائل الإعلام الفردية

الفهم	**التوجيه**	**التسلية**
معرفة الذات: مثل التعلم عن ذات المرء والنمو كشخص	توجه العمل: مثل أن تقرر ماذا تشتري وكيف تلبس ثيابك أو كيف تحتفظ برشاقتك	التسلية المنعزلة: مثل الاسترخاء عندما تكون بمفردك أو لديك شيء تفعله بنفسك
الفهم الاجتماعي: مثل معرفة أشياء عن العالم أو الجماعة المحلية وتفسيرها	توجيه تفاعل تبادلي: مثل الحصول على دلالات عن كيفية التعامل مع مواقف جديدة أو صعبة	التسلية الاجتماعية: مثل الذهاب إلى السينما أو الاستماع إلى الموسيقى مع الأسرة أو الأصدقاء

تنطلق النظرية من خلال هذا الشكل من فرضية أن البقاء أو النمو من الدوافع الإنسانية الرئيسية، تدفع الأفراد إلى تحقيق ثلاثة أهداف هامة هي : الفهم والتوجيه والتسلية. والواقع أن البشر مدفوعون لفهم أنفسهم وبيئاتها الاجتماعية وهي تستخدم هذا الفهم في توجيه أعمالها وتفاعلاتها المتبادلة مع الآخرين. وتعتبر التسلية (من منظور النظرية) هدفا جوهريا على حد سواء، فهي سمة لكل المجتمعات، وهي أكثر من مجرد وسيلة تهرب أو تخلص من التوتر، كما أنها وسيلة لكي نصبح "اجتماعيين"، ونتعلم الأدوار والقواعد و"القيم" بالتسلية مع الآخرين، علاوة على أننا نعبر في لهونا عن أنفسنا وثقافاتنا، مثلما يحدث مع الرقص والرياضة والطقوس والاحتفالات.

وتنشأ تبعيات الفهم الاجتماعي عندما يستخدم الأفراد مصادر معلومات وسائل الإعلام لفهم وتفسير الأشخاص والثقافات، وأحداث الماضي والحاضر والمستقبل.

وتشير معرفة الذات إلى علاقات وسائل الإعلام التي توسع قدرات الأفراد أو تحافظ عليها لتفسير معتقداتهم وسلوكهم ومفاهيمهم الذاتية أو شخصياتهم. ويشير توجيه العمل إلى عدد من الطرق التي يقيم فيها الأفراد علاقات اعتماد على وسائل الإعلام، من أجل الحصول على توجيهات لسلوكيات معينة

لأنفسهم.**(130)**

هـ - نظرية لولب الصّمت:

تنطلق هذه النظرية التي طورتها **إليزابيت نوال نيومان Elizabeth N. Neuman**، من ملاحظة مفادها أن وسائل الإعلام هي المنتج الأساسي للرأي العام، والمحددة للطابع النقدي للفرد. فإذا رأى هذا الأخير أنه لا يلقى في التعبير عن آرائه ومواقفه مساندة من محيطه المباشر أو وسئل الإعلام، فإنه يلجأ إلى الصمت والانسحاب من المناقشات العامة. بمعنى آخر أن الفرد في مناقشته لأي موضوع يقدر كل حين علاقة القوة بين مختلف وجهات النظر العابرة للفضاء العمومي ويترقب ما يكون عليه الرأي العام مستقبلا حتى يستطيع التعبير عن الأفكار التي يمكن أن تجعله على الهامش. فالأفراد الذين يلاحظون من خلال مضامين الصحافة مثلا أو عند اطلاعهم على نتائج عمليات سبر الآراء أن الأغلبية ليس لديها نفس أفكارهم، وغالبا لا يحاولون الدفاع عن أفكارهم. وكنتيجة لذلك، يخلو الفضاء العمومي من بعض الآراء التي يمكن أن يتقاسمها عدد من الأشخاص.

المرحلة الموالية من هذه الصيرورة، تتمثل في أن الذين يتقاسمون الرأي المهيمن يتحدثون أكثر فأكثر، مما يجعل الرأي المهيمن أكثر وضوحا. أما باقي الآراء (حتى وإن كانت كثيرة) فتتستر وراء صمت عميق.

وحسب هذا النموذج، فإن لوسائل الإعلام القدرة على توجيه الأفراد ليس في الكيفية التي يجب أن يفكروا بها (نظرية التأثير المباشر) ولا فيما يجب أن يفكروا به (نظرية تحديد الأولويات) ولكن ما لا يجب أن يفكروا به.**(131)**

يقصد الباحث بالتأثيرات في هذه الدراسة استجابات الأطفال الناتجة عن تفاعلهم مع ألعاب الفيديو المدروسة، بحيث يتم الكشف عنها من خلال استجواب الأطفال عن مدى إعجابهم بأبطال ألعاب الفيديو المفضلة لديهم وآرائهم عن أخلاق و قدرات وأهداف أبطالهم المفضلين وأخلاق وأهداف الأشرار أو المنافسين في هذه الألعاب. كما يتم الاستدلال على التأثيرات من خلال مقارنة قيم الأبطال والأعداء والمنافسين في نظر الأطفال بالقيم الواردة في عينة ألعاب الفيديو المدروسة لمعرفة مدى تفاعل الأطفال المستجوبين مع القيم الواردة في هذه الألعاب.

3-4. اللــعــب :

أ- اللعب لغة:

لعب (بكسر العين) يلعب لعبا (بكسر اللام) ولعبا وتلاعبا: ويعني مزج.**(132)** فقد قال تعالى: **"أرسله معنا غدا يرتع ويلعب" (133)**. ويقال اتخذه لعبة أي استخف به. قال تعالى: **"وذر الذين اتخذوا دينهم لعبا ولهوا" (134)**.

و اللعب ضد الجد. وقد يكون له معنى الاضطراب. فقد قيل : "صادفنا البحر حين اغتلم فلعب بنا الموج شهرا"، فسمي اضطراب الموج لعبا، لما لم يسر بهم إلى الوجه الذي أرادوه.

و يقال لكل من عمل عملا لا يجدي عليه نفعا: إنما أنت لاعب.**(135)**

و اللعب هو اللهو و المرح، قال تعالى: **"إنما الحياة الدنيا لعب و لهو"(136).**

و لعبة (بكسر اللام) هي النوع من اللعب، و اللعبة (بضم اللام وفتح العين) تعني كثير اللعب، الذي حرفته اللعب.**(137)**

و يمكن أن يعرف اللعب لغة بشكل جامع على النحو التالي: "اللعب هو نشاط بدني أو ذهني غير مفروض و مجاني، نتعاطاه من أجل الترفيه و الترويح مبتغين من وراء ذلك إشباع لذة".**(138)**

ب- اللعب اصطلاحا:

تعرف الدكتورة زكية حجازي اللعب بأنه : "استعداد فطري يجعل الفرد يقوم بحركات مختلفة تشعره بالارتياح خلال قيام به، بدون أن يقصد غرضا من الأغراض، وهو أقوى الميول الفطرية وأكبرها قيمة وأثرا في تربية الفرد جسميا وعقليا و خلقيا".**(139)**

وتعرفه ليلى يوسف بأنه : "نشاط إرادي مغمور بالحماس و الرغبة. فاللعب يصدر عادة من طبيعة الفرد نفسه ولا يفرض عليه من الخارج، ويقوم الفرد بهذا النشاط لمجرد شعوره باللذة والارتياح".**(140)**

ويرى الدكتور عماد الدين إسماعيل أن اللعب هو"الوسيلة التي تسمح باكتشاف الأشياء و العلاقات الموجودة بينها، كما يسمح بالتدريب على الأدوار الاجتماعية و التخلص من الانفعالات و الصراعات، وعلى إعادة التكيف".**(141)**

ويعد اللعب مظهرا من أهم مظاهر سلوك الطفولة، فالطفولة هي مرحلة اللعب في حياة الإنسان. فنحن نجد الطفل يقضي كل زمن صحوه ونشاطه في اللعب. و ليس من السهل على الكبار توقيف تيار اللعب الجارف ولا الوقوف عند تحقيق هذه الرغبة و هذا النشاط، فاللعب استعداد فطري وطبيعي وهو عند الطفل ضرورة من ضرورات الحياة مثل الأكل و النوم.

وليس معنا ذلك أن الشخص البالغ لا يلعب، فاللعب موجود عند جميع الناس في مختلف السنوات من الطفل الرضيع إلى الرجل المسن الهرم." فللعب عدة مظاهر وروح واحدة، بحيث نجد لكل من الرضيع و الطفل و المراهق و الشاب و الشيخ و الكهل لعبه الخاص به، ولكل نوع وظيفته الخاصة بالنمو النفسي".**(142)**

ج ـ مميزات اللعـب:

1ـ اللعب غاية في ذاته:

عادة ما يحدد مفهوم اللعب بالتناقض مع العمل الذي يعتبر بدوره نشاطا مفروضا و مضبوطا. فاللعب غاية في ذاته في حين أن كل وجه من أوجه النشاط الأخرى كالعمل يستلزم وجود هدف آخر لا يحتويه النشاط في ذاته. في كتابه جمال الحركة يقول **ب. سوريو Sauriau, P** "إن لكل لعبة هدفا معينا يعمل اللاعب قطعا على تحقيقه في نشاطه وبهذا يصبح لكل لعبة نتيجة يجب تحقيقها تماما كما ينبغي أن يتحقق في العمل الجدّي".**(143)**

ولتصحيح هذا الوضع ترى ليلى يوسف أن اللعب " يشمل الهدف في ذاته وأما العمل فهو يختص بتحقيق هدف خارج عن العمل نفسه. فالعمل وسيلة لتحقيق هدف خارجي، وأما اللعب فهدفه داخلي ضمن اللعب نفسه".**(144)**

2 ـ اللعب تلقائي:

والمحك الثاني الذي يمكن أن يميز به اللعب عن العمل الجدي هو في أن اللعب تلقائي ينبع من الذات، في حين أن العمل الجدي إجباري ويستلزم التوافق مع الواقع الخارجي. لكن لكي نحدد هذا المحك أو المقياس ينبغي أن نميز بين قطبين أحدهما تلقائي فعلا بدون أي رقابة أو ضغط أو توجيه و الآخر بناء على توجيه ورقابة من المجتمع أو الواقع الخارجي. و لو دققنا النظر في هذا المقياس للتمييز بين اللعب والعمل لوجدنا أنه يكاد يكون المقياس السابق. فاللعب هو تمثل الواقع الخارجي بطريقة تنبع من الداخل في حين أن العمل الجدي هو عملية التمثيل التي تهدف إلى تحقيق التوازن و التوافق مع الأفراد الخارجيين أو مع البيئة الخارجية أي تتخذ هدفها من الخارج.

3 ـ تحقيق اللذة:

الخاصية الثالثة التي يمكن أن نميز بها اللعب عن العمل، هي أن اللعب نشاط يهدف إلى تحقيق اللذة في حين أن العمل الجدي موجه نحو تحقيق غاية مفيدة بصرف النظر عن كونها مرتبطة باللذة أو بعيدة عنها. إن هذا المقياس يمكن كذلك أن نترجمه في حدود المقياس الأول. فاللعب يتخذ هدفه من الذات لأن الذات تسعى وراء اللذة وتتجنب الألم في حين أن العمل لا يقوم على الناحية الذاتية أو وراء تحقيق لذة فردية مثل اللعب. وهنا قد يمكننا أن نتفق مع إدوارد **كلاباريد Claparede** في كتابه "التجربة

البيداغوجية" (Experiment of pedagogy) أن " اللعب هو إشباع مباشر للحاجات و الرغبات في حين أن العمل وسيلة لتحقيق هدف معين".**(145)**

ولكننا عند النظر إلى ميدان اللعب نجد أن اللعبة الواحدة قد تصل في تعقيدها و استلزامها لنشاط متزايد مالا يسهل علينا أن نميزه عن العمل. لكن تجدر الإشارة في الإجابة على هذا الاعتراض إلى أن اللعب يصاحبه طوال هذا التعقيد كفاح مرتبط باللذة وهذا هو ما اتجه إليه **فرويد Freud** في تفريقه بين اللعب والعمل، فيرى أن اللعب يصاحبه إشباع مباشر يطلق عليه "مبدأ اللذة "، في حين أن العمل الجدي يتخذ أساسا له مبدأ الواقع و الحقيقة.

4 ـ اللعب غير المنتظم:

و الميزة الرابعة التي يطلقها تارة بعض علماء النفس الأمريكيون هي الحاجة النسبية إلى تنظيم في اللعب. فهم يعتبرون أن اللعب ينقصه التكوين المنظم وأنه يتعارض مع التفكير الجدي الذي يتخذ طابعا له التنظيم الدقيق. ويعلق فرويد هنا كذلك تعليقا جديدا في ضوء نظريته لرمزية اللاشعور، فهو يرى " أن اللعب الإيمائي أو الرمزي غير موجه في حين أن التفكير المنطقي خاضع للتنسيق و التنظيم و التوجه"**(146)**. و التفسير إذن لهذا المقياس هو أن اللعب الرمزي غير موجه لأن اللاشعوري يمتص الواقع الخارجي ويخلصه من الخضوع للقواعد العامة ثم يمزجه بالرغبات اللاشعورية. وهكذا يصبح غير خاضع للمنطق أو التنظيم أو التوجه كشأن أي ظاهرة لاشعورية.

5 ـ اللعب بعيد عن الصراع النفسي:

و الدلالة الخامسة التي يتميز بها اللعب عن العمل الجدي هي أن اللعب خالي من الصراع النفسي. إن الصراع النفسي بالنسبة لميدان اللعب وحتى إذا ظهر في هذا الميدان فإن الذات تتحرر منه عاجلا عن طريق التفويض أو التنفس أو التعبير الحر، في حين أن ميدان العمل الجدي مليء بعوامل الصراع النفسي ولا يمكن تجنبها. ولا شك في أن هذه الدلالة تبدو منطقية بوجه عام لأنها تبرز التعارض بين الحرية والطاعة أو الخضوع أو الثروة ولكن التسليم بهذه الدلالة ينبغي عدم نسيان أنها تقوم على جانب واحد من كلٍّ مرتبط يشمل عدة جوانب. إنها ناحية واحدة من الصورة العامة، ولكن أساسها سليم. " ففي اللعب تسيطر الذات على كل الميدان ولذلك فهي لا تخضع لأي صراع نفسي في حين أن العمل الجدي يستلزم الخضوع لمبدأ الواقع، بما فيه من اعتبارات ومقاييس وأحكام، فلا تلبث الذات أن تقبع خاضعة لهذه المعايير ولكنها في نفس الوقت تنطوي على صراع نفسي بين جوانحها.**(147)**

د ـ وظائف اللعب:

إن الطفل مهيأ فطريا لنشطات اللعب، فهو يساعده على تلبية حاجياته النفسية في كل الصراعات و الانفعالات الداخلية، وتخفيف القلق والتوتر من اجل هذا فاللعب يحمل في طياته وظائف جديدة منها العضوية، والنفسية و الاجتماعية...الخ، سنتعرض لبعض هذه الوظائف:

1 ـ الوظيفة النفسية:

"يعتبر اللعب المسلك الوحيد الذي يتخذه الطفل من أجل التنفيس و التفريغ لكل الضغوط والشحنات، والغرائز الداخلية المكبوتة فهو يعكس الحياة النفسية للطفل" كما يقول **ب. ماردا غا P.Mardaga (148).** لذا يكون الأطفال دائما في نشاط وحركة لا متناهية، فما أن يفرغوا من لعبة إلا ويأخذون أخرى، أو يحركون هذا الشيء بعنف، أو يتسلقون ذاك، بمجازفة دونما اعتبار لأي نتائج وخيمة، قد تحدث جراء سلوكهم هذا. إلا أن مثل هذا السلوك هو ضروري لنموهم في كافة نواحيهم، كما أن سلوكهم هذا "يساعد المحللين النفسانيين على فهم المحاولات التي يقوم بها الطفل للتوفيق بين الخبرات المتعارضة والتي يتعرض لها في خط سير حياته. فيتمكن من التعبير على المشكلة التي قد يعاني منها عن طريق اللعب ويسهل بذلك عمل المحلل النفسي".**(149)**

2 ـ الوظيفة العقلية:

لا شك أن الحواس هي الوسيلة التي تمكن الطفل من معرفة ذاته و العالم المحيط به، وما تلتقطه الحواس يشكل بدوره مباشرة مدركات وتصورات ومفاهيم الطفل. ويبين **قوتون Gutton** أن "عدم ممارسة الطفل للعب يعرضه إلى اضطرابات جسمية ونفسية ونفس- جسدية، بحيث يمكن أن تظهر هذه الأمراض في السنوات الأولى من عمره". ويضيف " إذا أردنا أن نقي الطفل من هذه الأخيرة علينا أن نشجعه على ممارسة مختلف النشاطات ذات العلاقة باللعب والتي تعمل على تنميته".**(150)**

ويشير الدكتور عبد الرحمان العيسوي في كتابه " العلاج النفسي " إلى أهميته، بحيث يقول أن "الطفل من خلال اللعب يستطيع أن يمسك بمشاكله، ويلعب أو يمثل الحلول المطلوبة لمشاكله بالضبط كما يفضفض أو يبوح الشخص الكبير بمشاكله، أو يحل مشاكله".**(151)**

3 ـ الوظيفة الاجتماعية للعب:

يكتسب الأطفال معايير السلوك ويتعلمون الصواب والخطأ، الحق والواجب، من خلال توجيه الكبار وإشرافهم، لكن ذلك يتم أيضا عن طريق اللعب، حيث يتعود الطفل على أنماط السلوك المرغوب فيه كالنظام و الترتيب، وكذلك تأهل الطفل إلى التعاون مع زملائه و التعيش معهم.

وبهذا فالعب يساهم في تنشئة الطفل اجتماعيا. واتزانه عاطفيا وانفعاليا فالطفل "يتعلم من خلال اللعب مع الآخرين الإثارة والأخذ والعطاء، واحترام حقوق الآخرين كما يلعب دورا في تكوين النظام الأخلاقي".**(152)**

4 ـ الوظيفة الجسمية:

يساعد اللعب الطفل من الناحية الجسمية في زيادة وزنه، ونمو قدراته العضلية، وهذا ما يؤهله إلى استقبال الأعمال و المهارات التي تتطلبها المهارات المقبلة، حيث أن لكل "مرحلة نمو معينة مهارات وأعمال معينة لابد من إتقانها والإلمام بها، حتى ينتقل الطفل إلى مرحلة النمو التي تليها انتقالا سويا".**(153)**

كما أن اللعب ينمي ويقوي الجهاز العصبي. فالمراكز العصبية لا تكون عند الولادة قد اتخذت شكلها الذهني، كما أن المخ على وجه الخصوص لا يمكن في حالة تمكّنهُ من أداء وظائفه كاملة، فعدد كبير من الألياف العصبية التي يحتوي عليها هذا العضو الرئيسي لا تكون قد اكتسبت بعد الغشاء الذهني الذي يفصلها بعضها عن بعض، كما يفصل النسيج الأسلاك الكهربائية. ولا تستطيع هذه الألياف العصبية أن تؤدي وظيفتها ما لم تكسى بهذا الغشاء المليني، وهي لا تصل إلى ذلك إلا عن طريق الحركة والنشاط اللذان يتبلوران في صورة اللعب عند الطفل، وهو أهم عامل لنمو الجهاز العصبي. "فالمراكز العصبية في المخيخ قد تضعف ويتوقف نموها إذا ما أصيب العضو الذي يكون تحت إدارتها. فمثلا المركز العصبي المسؤول عن الحركة قد يتأخر نموه إذا بترت أعضاء الحركة كاليدين والرجلين".**(154)**

5 ـ الوظيفة البيداخوجية للعب:

لا يعد الطفل ضمن الممارسة البيداغوجية رجلا مصغرا، ولكن يعتبر كائنا له خصوصياته، يخضع لقوانين خاصة به بينتها أعمال **بياجيه Piaget** حول التطور العقلي، التي أنتجت منهجية بيداغوجية جديدة في التعامل مع الطفل، وتقديمها لإرشادات مكيفة لكل مرحلة نمو.**(155)**

واللعب الذي كان مهملا في التربية التقليدية واعتبر عدوا للوقت والجهد، أصبح اليوم بفضل علم النفس المعاصر والمدرسة النشيطة في التربية أحد الدعائم الأساسية التي ترتكز عليها البيداغوجيا. فاستعمال اللعب في العملية البيداغوجية يمنح الطفل الدافعية، وبالتالي الاهتمام بالنشاط الذي يقوم به، وباستطاعته بواسطة اللعب تجنيد كل طاقاته وجميع إمكانياته من أجل تحقيق الأهداف التربوية.

ويقول **إدوارد كلابيرد:** "إن اللعب بالنسبة للطفل هو العمل والفضيلة والواجب... والطفولة هي مرحلة اللعب و التقليد، فاللعب يطور الذهن والذكاء والروح".**(156)**

و- نـظـريـات اللـعب :

1. النظريات التقليدية :

- نظرية الطاقة الزائدة:

قدمها الفيلسوف الإنجليزي هربرت سبنسر حين كان يكتب كتابه الشهير "مبادئ علم النفس". ويرجح أن هذه الفكرة في أبسط صورها، وهي أن الأطفال "يلعبون للتنفيس عن مخزون الطاقة"، كانت

متواترة قبل ذلك بوقت طويل. وقد حصل سبنسر على هذه الفكرة أصلا من الكتابات الفلسفية والجمالية ل**فريدريك فون شالر F. Von Schiller**. وقد نادى شالر بأن اللعب "تعبير عن الطاقة الفائرة، وأنّه أصل كل الفنون".**(157)**

وأشار فريدريك فون شالر أن "اللعب عبارة عن بذل غير هادف للطاقة الزائدة"، انطلاقا من الاعتقاد بأن "الكائنات البشرية قد توصلت إلى قدرات عديدة، لكنها لا تستعملها كلها في وقت واحد، مما يؤدي إلى فائض فيها، حيث تبقى هذه القدرات دونما استعمال لتلبية حاجيات معينة وبطول المدة تتراكم الطاقة الناتجة عن القدرات الغير مستعملة في مراكز الأعصاب السليمة المنشطة ويزداد تراكمها وبالتالي ضغطها، حتى يصل إلى درجة يتحتم فيها وجود منفذ لهذه الطاقة المتراكمة واللعب هو وسيلة لذلك.**(158)**

ويرى "**إمانويل ميلر**" أن الأطفال الذين يحرمون من اللعب لا تعطى لهم الفرصة لتحرير الطاقة الجسمية وبالتالي يمكن أ، يساهم ذلك في التبرم وسرعة الغضب.**(159)**

- النظرية التلخيصية:

أمدت نظرية التطور التي ظهرت في القرن التاسع عشر دراسة الطفل بدفعة قوية مثلما فعلت بالنسبة لكل العلوم البيولوجية في الغرب.

اهتمام تشارلز داروين في كتابه "أصل الأنواع" بارتقاء الإنسان من أدنى الأنواع أدى إلى الاهتمام بنمو الوليد حتى يصل إلى الإنسان الراشد. وانتقل التركيز من التأمل إلى الملاحظة.

ويرى ستانلي هول (أستاذ علم النفس والتربية) أن "الطفل يعيش من جديد تاريخ الجنس البشري، كما أن الجنين يعيش من جديد تاريخ أسلافه الأبعدين. وتكون خبرات أسلافه هذه في متناول يده، فيقوم الطفل في اللعب بإعادة تبني الميول والاهتمامات بنفس التتابع الذي حدثت به عند إنسان ما قبل التاريخ والإنسان البدائي.**(160)**

- نظرية التدريب على المهارات:

يعتبر غروس اللعب "كنتيجة للغرائز التي تسمح بالظهور والتثبيت والتمرن للإعداد للحياة الناضجة". وكان يركز خاصة على التجريب باللعب في مستوى الجهاز الجسمي. والطفل عند الإنسان والحيوان طريقة غريزية لاستيعاب الأنماط السلوكية المكيفة للمواقف التي يجب على الراشد أن يواجهها. فاللعب هو "تكرار فعلي للنشاطات الغريزية للصيد والدفاع".**(161)**

- نظرية اللعب باعتباره اتجاها:

قد يكون اللعب مفيدا، ولكنه يمكن أن يرتبط أيضا بالضحك والمرح. وقد ذكر داروين كيف أنه من المألوف أن يضحك الأطفال حين يلعبون. وقد اقترح **جيمس سولي James Sully** في كتابه عن الضحك (1902) أن الضحك يؤدي دورا كمؤشر للعب، وأنه أمر أساسي للنشاط الاجتماعي الذي يتضمن وجود رفيق في اللعب. فالعنف والدغدغة هما هجومان لطيفان، وينبغي أن تعد كذلك لمجرد أن الضحك

المصاحب لها يخبر المشاركين أنه ليس هناك أذى حقيقي مقصود منها. ويتحدث سولي عن "مزاج اللعب" أو الاتجاه المصطنع باللعب الذي يكون الضحك فيه أحد العناصر، وهو اتجاه لطرح التحفظ جانبا، حيث يكون السرور والاستمتاع أمورا جوهرية بالنسبة له.**(162)**

2. النظريات المعاصرة في تفسير اللعب:

- نظرية التحليل النفسي:

تنظر هذه النظرية إلى اللعب على أساس أنّه وظيفة نفسية في حياة الطفل تعمل على تخفيف ما يعانيه من صراعات وقلق نفسي. واللعب عبارة عن تغيير رمزي غالبا، صادر عن رغبات أو مخاوف ملازمة أو متاعب لا شعورية مما يؤدي إلى خفض مستوى التوتر والقلق لدى الطفل، كما تعرف هذه النظرية بنظرية التخفيف من القلق.**(163)**

- نظرية الجشطالت:

اهتم علماء النفس في مستهل القرن العشرين بتفسير اللعب على الإدراك الحسي المتكامل متأثرين بنظرية الجشطالت. وقد وضح **كوفكا Koffka**، بأن نمو الطفل يتضمن أحد مبادئ الجشطالتية، حيث أن حدوث الإدراك الحسي يؤدي إلى استثارة الاستجابة. فمثلا: عند مرور الطفل بجرس الباب يرغب في دق الجرس لوجود علاقة تركيبية مباشرة بين الإدراك الحسي لنموذج معين وبين العمل المناسب له. كما قد يحتضن الطفل الدمية أو يرميها كما لو كانت طفلا، وهذا في اللعب الإيهامي. ويرى **كيرت لوين Kurt Lewin** بأن سلوك الفرد يتوقف على الموقف الذي يجد نفسه فيه، وتختلف استجابته باختلاف عمره وشخصيته وحالته الراهنة.**(164)**

- نظرية ديناميات الطفولة:

يرى عالم النفس **بويتنديجك،** أن الطفل يلعب لأنه طفل، ويعني بذلك أن الطفل يلعب لوجود خصائص معينة للآليات النفسية لا تسمح له بأن يعمل أي شيء إلا أن يلعب. فديناميات الطفولة عند **بويتنديجك** لها أربع خصائص تفسر طبيعة اللعب. وأولى هذه الخصائص نقص التوافق الحسي الحركي، فالاندفاع الانفعالي والحاجة إلى التفاهم الراجع للمشاركة الوجدانية أكثر من الحاجة إلى المعرفة الموضوعية، وأخيرا التذبذب بين الخجل من ناحية واحترام الأشياء من ناحية أخرى ينشأ عنه التردد بين الإقدام والتراجع.

ويرى **كار Carr**، أن اللعب وسيلة للتنفيس عن الميول الذميمة وتحويلها إلى ميول مقبولة عن طريق التوجيه. بينما يرى لانج Lange أن الهدف الأصلي للعب هو تكامل الذات.

من خلال هذه الديناميات التي تسيطر على العلاقات بين الطفل والبيئة ينشأ اللعب وتظهر قيمته كوسيلة للتفاعل بين الطفل وبين زميله في النشاط والموضوع الخارجي الذي يستخدمه كأداة أو ميدان للعب.**(165)**

- اللعب عند بياجيه:

يعد اللعب عند بياجيه جزءا من فعالية الطفل الكلية، وهو ذو صلة بتطور ونمو عقله، لهذا يحدد ستة مراحل لميلاد اللعب في كتابه "تكوين الرمز عند الطفل".

1. مرحلة التكيف للانعكاسات الحسية مثل: حدوث انعكاس لحركة الفم أثناء الرضاعة وخارج وقت الرضاعة.
2. مرحلة استيعاب مخطط الانعكاسات الحسية مثلما يحدث في الشهر الثالث، حيث يقوم الطفل بتكرار الأصوات بصورة متناسقة بهدف اللذة.
3. مرحلة يتطور فيها الطفل بفارق بسيط بين اللعب والاستيعاب العقلي، حيث لا يلعب الطفل لمجرد اللذة الوظيفية وإنما لأنه مسبب لهذه اللذة.
4. مرحلة الربط بين المخططات الثانوية، أن يظهر اللعب بشكل أوضح في هذه المرحلة.
5. مرحلة انتقال من المراحل السابقة إلى اللعب الرمزي للمراحل الثلاث.
6. مرحلة اللعب الرمزي وينفصل فيها عن الألعاب التكرارية إلى شيء من الرمز نتيجة لتطور التمثيل.**(166)**

ويفترض بياجيه وجود عمليتين أساسيتين لكل مراحل النمو العقلي هما التمثيل والتكيف، وهما عمليتان متكاملتان تتصل الواحدة بالأخرى وتؤثر في النمو العقلي لدى الطفل. واللعب هو تمثيل – في رأيه – يحول حاصل المعرفة إلى ما يلائم حاجيات الطفل.

وهذه العناصر الثلاثة، أي اللعب والتمثيل والتكيف عوامل أساسية لنمو الذكاء في مراحل النمو الأربع:

1. المرحلة الحسية الحركية.
2. مرحلة ما قبل الإجراء.
3. مرحلة الإجرائية المحسوسة.
4. مرحلة الإجراء الشكلية.

وبهذا يصف بياجيه اللعب بأنه وظيفة بيولوجية ويعتبر تدريبا يؤدي إلى هضم المواقف والخبرات الجديدة هضما عقليا.**(167)**

- نظرية آدلر في اللعب:

يرى **ألفريد آدلر A. Adler** في لعب الأطفال مرآة لحاجات الطفولة، ويمكن إشباع هذه الحاجات عن طريق النشاط الجسمي أو التخيلي، فيكون اللعب بهذا المعنى إشباعا لحاجات الطفل كتعويض له عندما يفشل في ناحية معينة لأن الشخص البالغ يسهل عليه إشباع حاجاته أكثر من الطفل الذي لا يزال يشعر بالعجز أمام الكبار. ويضيف آدلر بأن الشخص البالغ الذي يكثر من اللعب إنما يدل ذلك غالبا على أنه لم يصل في عمله الجدي إلى درجة الإتقان والنجاح التي يتمناها لنفسه.

ويقول **آدلر** "إن الطريقة التي يلعب بها الطفل والأنواع التي يحتاجها ومدى الاهتمام التي يظهرها نحوها إنما توضح اتجاهاته نحو بيئته وكيفية علاقاته مع زملائه سواء أكانت علاقة صداقة أم عداوة. كما أنه عن طريق اللعب يمكننا مشاهدة جميع اتجاهات الشخص نحو الحياة، وخاصة إذا كان اتجاهه نحو السيطرة والقيادة. وبوجه عام ملاحظة الطفل في أثناء اللعب يمكننا أن نحدد بوضوح مدى تكيفه الاجتماعي.

ويرى آدلر أن النظريات السابقة لم تعط تفسيرا شاملا لوظيفة اللعب. فاللعب –كأي نشاط آخر- لا بد له من دافع داخلي ويظهر في صور مختلفة من السلوك والتصرفات سواء أكان نشاطا جسميا أم عقليا. كما أن الشخص المتعب عقليا يكون عادة في حاجة إلى اللعب أكثر من الشخص المجهد جسميا. وعلى هذا الأساس نجد أن كل فرد يندفع إلى النشاط اللعبي بحسب حاجته وميوله الخاصة فيشعر بالسرور والراحة.**(168)**

يقصد الباحث باللعب في هذه الدراسة، ممارسة الطفل لألعاب الفيديو، مع كل ما يتطلبه ذلك من نشاط جسماني وعقلي وانفعالي يتفاعل من خلاله مع مكونات أداة اللعب ومع سيناريو اللعبة.

5 - الدراسات السابقة:

لأن المعرفة العلمية تراكمية، من الضروري أن لا تنطلق الدراسات الجديدة من فراغ، فهي إما تنطلق مما توقف منه الآخرون، أو تحاول أن تقدم رؤية مغايرة تتفادى تكرار ما تم القيام به أو التوصل إليه.

وقد قام الباحث بمراجعة أدبيات البحث من خلال الإطلاع على دراسات وبحوث سابقة مع التركيز على الدراسات الجزائرية لتبنيه الرأي الذي يعتبر بأن أي دراسات إنما تتحقق في شروط مجتمعاتها التي ليست هي بالضرورة شروط مجتمعنا. غير أن الدراسات الأجنبية استخدمت كمراجع للبحث.

وكما هو معلوم، فإن أدبيات أي بحث علمي تقسم إلى ثلاثة أنواع: دراسات سابقة وأخرى مشابهة ودراسات مرتبطة. الدراسات السابقة هي الدراسات التي تعرضت إلى نفس الموضوع وبنفس المقاربة والمنهج تقريبا مع اختلافات طفيفة مرتبطة بالإطارين الزمني والمكاني للدراسة. والدراسات المشابهة هي الدراسات التي تناولت موضوعا مشابها للدراسة التي يتم إجراؤها مع اختلافات قد تكون مرتبطة بالوسيلة أو بالعينة أو ربما بالمنهج وأدوات البحث.

أما الدراسات المرتبطة، فهي تلك الدراسات المرتبطة جزئيا بالدراسة التي ينوي الباحث القيام بها.

وفي بحثنا هذا، فإن الدراسات السابقة هي كل البحوث التي تناولت بالدراسة تفاعل الطفل الجزائري مع القيم المحتواة في ألعاب الفيديو، بينما تصنف الدراسات التي تناولت تأثير وسائل الإعلام على قيم الطفل ضمن الدراسات المشابهة. وتعد كل دراسة تناولت موضوع علاقة وسائل الإعلام بالقيم أو تطرقت إلى ذات الوسيلة (ألعاب الفيديو) كدراسات مرتبطة.

وفيما يلي قراءة لأهم هذه الدراسات (بكل أنواعها) والتي اطلع عليها الباحث.

أ- الدراسات السابقة: لم يجد الباحث أي دراسة جزائرية من مستوى ما بعد التدرج (ماجستير ودكتوراه) تناولت موضوع تأثير القيم المحتواة في ألعاب الفيديو على الطفل الجزائري بحسب المراجعة التي قام بها على مستوى مركز البحث العلمي والتقني ومكتبة الجامعة المركزية. والملاحظ أن شبه غياب الدراسات لم يقتصر على تلك المتعلقة بتأثير القيم المحتواة في ألعاب الفيديو على الطفل الجزائري ولكن حتى تلك الخاصة بألعاب الفيديو أيا كانت المقاربة أو الزاوية التي تم تبنيها وفي كل الاختصاصات ذات الصلة (إعلام واتصال – علم الاجتماع – علم النفس...الخ)، حيث لم يتم العثور سوى على دراستين اثنتين. الأولى لنيل شهادة الماجستير في الإعلام ولكنها جمعت بين ألعاب الفيديو ووسائل إعلام أخرى ولم تدرسها بشكل مستقل، ودراسة ثانية لنيل شهادة الماجستير في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية.

ب- الدراسات المشابهة:

لاحظ الباحث أن معظم الدراسات التي تناولت موضوع علاقة الطفل بالإعلام كانت عبارة عن دراسات تحليلية للإعلام المكتوب الموجه للأطفال كصحافة الأطفال أو الشريط المرسوم وإما دراسات استطلاعية حاولت التعرف على عادات وأنماط مشاهدة التلفزيون لدى الأطفال وأثره على حياتهم. بالمقابل لم تولي بقية الدراسات برامج الأطفال أهمية كبيرة وتناولتها بشكل عابر أثناء تحليلها لبرامج التلفزيون الجزائري.

لذا سيقدم الباحث نبذة عن الدراسات التي استفاد منها بشكل أو بآخر:

- "أثر المسلسلات التربوية التلفزيونية على التحصيل الدراسي للأطفال"(169):

أجريت هذه الدراسة من قبل الطالب ناجي تامر عام 1984 لنيل شهادة الدراسات المعمقة في علوم التربية. وهي عبارة عن دراسة وصفية تحليلية لتلاميذ المرحلة الابتدائية ببلدية باب الوادي، حاول من خلالها التعرف على مدى فعالية هذه المسلسلات التربوية وأهم العوائق التي تقف أمامها في تحقيق غايتها وأغراضها.

انطلق الباحث من ثلاث فرضيات هي:

- المسلسلات التربوية الخاصة بالأطفال تؤثر في التحصيل المدرسي.
- عرض المسلسلات التربوية الخاصة بالأطفال يتعارض مع أوقات الدراسة فتشتت انتباه الأطفال في القسم.
- المسلسلات التربوية المعروضة تختلف شكلا ومضمونا عن الفلسفة التربوية الجزائرية.

ولاختبار صحة فرضياته، قام الباحث بمسح عادات المشاهدة في أوساط الأطفال الذين تتراوح أعمارهم ما بين 06 و 12 سنة. اختير هؤلاء الأطفال من مدارس بحي باب الوادي ويقدر عددهم ب120 تلميذا من ذوي التحصيل المدرسي المنخفض. واستخدم الباحث المقابلة المباشرة كوسيلة لجمع المعلومات بعد تصميمه لاستمارة مقابلة تضم 42 سؤالا، فكانت النتائج كالتالي:

1. توصل الباحث إلى أن التحصيل الدراسي للطفل يتأثر بعدة عوامل في مقدمتها التلفزيون بنسبة 46.67 بالمائة ثم المسكن بنسبة 29.16 بالمائة ثم الأسرة بنسبة 15.89 بالمائة وتؤثر المدرسة بنسبة 8.33 بالمائة. ومن ثم فإن التلفزيون هو العامل الأكثر تأثيرا على عملية التحصيل الدراسي للطفل.

2. وجد الباحث إثر تتبعه لأوقات عرض المسلسلات التربوية أن عملية العرض لا تتسم بالانتظام، حيث عرضت بعض الحلقات في أوقات الدراسة وهو ما أدى إلى انصراف الأطفال عن المدرسة من أجل متابعة بعض الحلقات من هذه المسلسلات.

3. تطرح المسلسلات التربوية المعروضة، حسب ما توصل إليه الباحث، قضايا اجتماعية وعملية مطابقة لقدرات الطفل العقلية وتفكيره الإدراكي. غير أنها بعيدة عن واقعه الاجتماعي المتمثل في الأسرة والشارع والنوادي والمؤسسات التعليمية، فيصاب الطفل جراء ذلك بخيبة أمل ويعيش في صراع بين قيم البرامج وقيم المجتمع فتفوت عليه فرصة التحصيل الدراسي.

4. توصل الباحث إلى أن أحد هذه المسلسلات التربوية (الرسوم المتحركة "الأميرة ياقوت") أنه يمجد الفرد ويضعه في المرتبة العليا ويبرز تحديه للجماعة وهذا الطرح يتعارض مع قيم اجتماعية ترى أن في العمل الاجتماعي تمجيدا للتعاون والإخلاص.

بناء على ما سبق، يتضح أن الباحث تأكد (برأيه) من وجود علاقة بين ضعف التحصيل المدرسي وحجم المشاهدة حتى لو اقتصرت هذه المشاهدة على البرامج التربوية، لكون هذه البرامج أجنبية ولا تستجيب لحاجيات وقيم الطفل الجزائري، حيث تؤدي إلى خلق صراع قيم لدى الطفل عوضا عن تعليمه وتربيته.

توصلت الدراسة إلى نتائج مهمة بخصوص علاقة التحصيل المدرسي بمشاهدة برامج تلفزيونية. لكن يؤخذ عليها أنها لم تبرز الكيفية التي تم بها تحليل مضامين المسلسلات التربوية، حيث أشار الباحث إلى القيم التي تضمنتها هذه البرامج دون تقديم إيضاحات حول الطريقة التي درس بها مضامينها، إن كانت من خلال استخدام أداة تحليل المضمون أم من خلال انطباعات مستنبطة من المتابعة لهذه المسلسلات.

- "الطفل والتفاعل مع برامج البرابول"(170):

أجرت هذه الدراسة، الباحثة بن بوزيد نورة عام 1994، لنيل درجة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال. وهي عبارة عن دراسة ميدانية مست عينة من أطفال المدارس الابتدائية بالجزائر العاصمة.

طرحت الباحثة إشكالية تضمنت معرفة كيفية تفاعل الطفل مع برامج البرابول في منطقة الجزائر العاصمة، وحاولت الإجابة عن عدد من التساؤلات المتعلقة أساسا بمدى إقبال الأطفال على برامج البرابول، وعلى أهم مميزات وخصائص جمهور البرابول من الأطفال وأهم الدوافع التي تجعل الأطفال يقبلون على هذه البرامج والعوامل المحددة لهذا الإقبال وآثار هذه البرامج على قيم الطفل وتنشئته.

شملت الدراسة 150 طفلا من الذين تتراوح أعمارهم ما بين 06 و 12 عاما (ذكور وإناث) في ثلاثة أحياء من العاصمة وهي : الكاليتوس والبريد المركزي وحيدرة، باعتبار أن الحي الأول شعبي والثاني متوسط والثالث راق. وشملت استمارة الاستبيان على 22 سؤالا منها ثمانية أسئلة مغلقة وثلاثة مفتوحة وأحد عشر سؤالا متعدد الاختيارات. تمحورت هذه الأسئلة حول درجة إقبال الأطفال على برامج البرابول ومقدار المشاهدة وفتراتها وكيفية المشاهدة والبرامج المفضلة وموقع متابعة برامج البرابول من بين الاهتمامات الأخرى، مع مراعاة تأثير مغيرات السن والجنس والوضع الاجتماعي على كيفية التفاعل.

وزعت الباحثة الاستمارات على الأطفال الذين تتراوح أعمارهم ما بين 10 و 12 سنة لقدرتهم على الكتابة، في حين اعتمد أسلوب المقابلة المباشرة مع أطفال ما دون العاشرة.

توصلت الباحثة إلى العديد من النتائج من أهمها:

1. استحوذت برامج البرابول على إقبال مجمل المبحوثين وتتم متابعة هذه البرامج لكونها متنوعة وأفضل من البرامج التي تبثها القناة الوطنية من حيث الكم والكيف.

2. يقبل الأطفال أكثر على مشاهدة البرامج الترفيهية مثل الرسوم المتحركة وأفلاك الأطفال وأفلام الكبار، خاصة من نوع المغامرات ذات الإيقاعات الموسيقية والحركات، في حين لم تحظ البرامج الإعلامية والثقافية بنفس القدر من الاهتمام.

3. معظم أفراد العينة يحفظون أسماء أبطال البرامج التي يتابعونها كما أنهم يرغبون في التشبه بالبطل ولا يتقبلون العنف في الأفلام، مع العلم أن نسبة معتبرة اعتبرت أن العنف أمر عادي.

4. توصلت الباحثة فيما يخص مدى تأثير المتغيرات المختلفة مثل السن والجنس والمستوى الاجتماعي على كيفية تعامل وتفاعل المبحوثين مع برامج البرابول، أن المستوى الاجتماعي للطفل لا يؤثر على نوع البرامج التي يفضلها، كما لا يوجد اختلاف في نوع البرامج المفضلة لدى الذكور والإناث، ولا توجد فروق بين الفئات العمرية المختلفة حول نوع الأفلام المفضلة. وتبين أن أطفال الأحياء الاجتماعية والمتوسطة أكثر ميلا إلى التشبه بالبطل من الإناث، والصغار أقل ميلا للتشبه بالبطل من الكبار. ووجدت الباحثة أيضا أن أطفال الأحياء الشعبية أكثر تقبلا للعنف في البرامج المتابعة من أطفال الأحياء المتوسطة والراقية، وكلما زاد سن الطفل زاد تقبله للعنف في الأفلام. كما وجدت أن أطفال الأحياء

الشعبية يشاهدون برامج البرابول لمدة أطول من أطفال الأحياء المتوسطة والراقية، ولا يؤثر سن وجنس الطفل على مدة المشاهدة.

5. معظم أطفال الأحياء المتوسطة والراقية يخضعون للرقابة الأبوية في عملية اختيار البرامج وأوقات مشاهدتها، بينما تقل نسبة المراقبة عند أطفال الحي الشعبي وتسلط الرقابة على الأطفال الصغار أكثر من المراهقين.

6. الأطفال الأكثر فهما للغة البرامج الأجنبية هم أطفال الحي الراقي وخاصة الكبار في حين يتساوى الذكور والإناث في نسبة الاستيعاب.

سمحت هذه الدراسة بالتعرف على كيفية تعامل أطفال أحياء مختلفة من مدينة الجزائر مع برامج البرابول وتفضيلاتهم مع كشفها لأثر متغيرات السن والجنس والمستوى الاجتماعي على عملية وكيفية التفاعل. لكن يؤخذ على الدراسة أنها جعلت من مكان إقامة الطفل معيارا عن وضعه الاجتماعي، مع أن ذلك غير كاف، ومن ثم يضرب ذلك بمصداقية النتائج المتعلقة بتأثير الوضع الاجتماعي للطفل على كيفية تفاعله مع برامج البرابول.

"الأطفال والتلفزيون في الجزائر"(171):

تناول هذا البحث بالدراسة، عادات وأنماط مشاهدة الأطفال لبرامج التلفزيون الجزائري ومواقفهم من البرامج التي يقدمها والآثار التي تحدثها المشاهدة على عملية مذكرة الأطفال لدروسهم، وكذا دور الأولياء في تحديد اتجاه مشاهدة الأطفال للبرامج وتأثيرها على الكيفية التي يقضي بها الأطفال أوقات فراغهم..

ولتحقيق أهداف الدراسة، استخدم الباحث عبد الله بوجلال المنهج المسحي وتحديدا الأسلوب الوصفي، إضافة إلى الأسلوب المقارن في تحليل وتقديم نتائج الدراسة.

أما عن أدوات جمع المعلومات فتمثلت في المقابلة والاستمارة الاستبيانية. وبرر خياره بكون مستويات أفراد العينة لأسئلة الاستمارة متباينة، حيث تتاروح أعمارهم ما بين 11 و 16 سنة وهم من تلاميذ المدارس الأساسية الموجودة في أربع ولايات وهي: الجزائر العاصمة والبليدة والمسيلة والطارف، مما يعني مزيجا بين أطفال الريف والحضر ومن الجنسين. وتمثلت العينة في 681 تلميذا. وقد تم جمع بيانات الدراسة الميدانية في الفترة ما بين نوفمبر 1991 و أفريل 1992.

من أهم ما توصلت إليه الدراسة ما يلي:

1. معظم أفراد العينة (99.27%) يشاهدون التلفزيون الجزائري لكن بصفة غير منتظمة، إلا أن الإناث أكثر انتظاما في المشاهدة عن الذكور. كما أن الأطفال الريفيين أكثر انتظاما من الحضريين في المتابعة، وربما يرجع ذلك حسب الباحث إلى قلة وسائل الترفيه والتثقيف في المناطق الريفية مما يدفعهم إلى مشاهدة التلفزيون أكثر من الأطفال الحضريين.

2. أطفال السنة السابعة أساسي أكثر مداومة على مشاهدة التلفزيون من تلاميذ الثامنة والتاسعة، ويعود ذلك حسب الباحث إلى عامل السن أكثر من عامل المستوى الدراسي.

3. من خلال إجابات المبحوثين، لم تظهر فروق في مدى مشاهدة الأطفال للتلفزيون مهما اختلف حجم الأسرة التي ينتمون إليها، حيث تبين أن نسبة الانتظام في المشاهدة في وسط الأطفال الذين ينتمون إلى أسر صغيرة لا تختلف عن نسبة الانتظام في المشاهدة في وسط الأطفال الذين ينتمون إلى أسر كبيرة العدد.

4. أظهرت الدراسة عدم وجود فروق كبيرة بين إجابات الأطفال باختلاف نوعهم ومقر إقامتهم فيما يتعلق بتفضيل أيام معينة لمشاهدة التلفزيون، حيث احتل يوم الاثنين المرتبة الأولى ضمن الأيام المفضلة للمشاهدة، في حين احتل يوم الخميس المرتبة الثانية ويوم الجمعة المرتبة الثالثة، ويعود ذلك لكونها أيام عطل مدرسية وكذلك لوجود برامج يفضلونها في هذه الأيام مثل البرامج الخاصة بالأطفال.

5. أغلب الأطفال يشاهدون التلفزيون بين الساعة الثالثة والتاسعة مساء ولا توجد فروق في أوقات المشاهدة بين الذكور والإناث أو بين الأطفال في مختلف المناطق. ومعظم المبحوثين يشاهدون التلفزيون ثلاث ساعات في اليوم ونسبة أقل يشاهدونها أربع ساعات في اليوم. كما تبين أن الإناث أكثر إقبالا على مشاهدة التلفزيون من الذكور.

6. يقبلون الأطفال المبحوثون بالدرجة الأولى على مشاهدة الرسوم المتحركة ثم الأغاني في المقام الثاني، في حين احتلت برامج الأطفال الأخرى المركز الثالث وبدرجات أقل المسلسلات العربية والأخبار والبرامج الرياضية والثقافية والعلمية.

7. احتلت الرسوم المتحركة المركز الأول في المتابعة عند الذكور، بينما احتلت المركز الثاني عند الإناث اللواتي وضعن الأغاني في المركز الأول. وجاءت الأغاني في المركز السادس لدى الذكور. واحتلت برامج الأطفال المركز الثالث لدى الذكور والرابع لدى الإناث، بينما حلت المسلسلات العربية ثالثة عند الإناث وحادية عشرة عند الذكور. كما احتلت الأخبار المركز الرابع عند الذكور والثامن عند الإناث. وأعاد الباحث هذا الاختلاف في اختيار البرامج التلفزيونية إلى طبيعة وميول واهتمامات أفراد الجنسين. كما تشير النتائج أنه بالرغم من الاختلاف في أذواق وميول الأطفال نحو مختلف البرامج، إلا أنهم يتفقون

ويتشابهون في ميولهم نحو برامج الرسوم المتحركة، حيث بلغت لدى الإناث 21.25 بالمائة و 25.49 بالمائة لدى الذكور.

8. توصل الباحث بخصوص الرقابة الأبوية في تحديد أوقات المشاهدة، أن 51 بالمائة من المبحوثين لا يتدخل أولياؤهم في تحديد نوع البرامج التي يشاهدونها، في حين ذكر 47.17 بالمائة منهم بأن أولياءهم لا يسمحون لهم بمشاهدة بعض البرامج التلفزيونية وفي مقدمتها الأفلام والمسلسلات الأجنبية. وتبين من إجابات العينة وجود فروق في نسبة المراقبة بين الأطفال المنتمين إلى الولايات الأربع، حيث أن أولياء أطفال ولاية المسيلة أكثر تحديدا لاتجاه نمط مشاهدة أبنائهم لبرامج التلفزيون من أولياء الأطفال في الولايات الثلاث الأخرى. وافترض الباحث أن ذلك قد يعود إلى كون سكان المسيلة أكثر محافظة من سكان الولايات الأخرى.

9. وجد الباحث بأن معظم المبحوثين اعتبروا التلفزيون وسيلة لتلقي المعلومات، حيث جاءت الأخبار في المركز الأول ضمن البرامج التي يستقي الأطفال معلوماتهم منها، تليها البرامج الدينية ثم برامج الأطفال.

10. اعتبر معظم المبحوثين (71.87 بالمائة) بأن التلفزيون لا يؤثر سلبا على دراستهم، علما أن التركيز على التأثير السلبي كان من قبل الذكور أكثر منه من قبل الإناث، ومن قبل الريفيين أكثر من الحضريين.

11. احتلت مشاهدة التلفزيون المركز الثاني ضمن النشاطات الترفيهية التي يقوم بها الأطفال في أوقات الفراغ بعد القراءة ويليها القيام بالأعمال المنزلية وفي المركز الرابع ممارسة الرياضة وفي المركز الخامس زيارة الأقارب. واحتلت التلفزة المركز الثاني لدى الذكور والإناث، في حين اختلف الجنسان في درجة تفضيلهم للنشاطات الأخرى. كما اختلف الترتيب النشاطات بحسب المناطق التي يقطنها الطفل.

تكتسي هذه الدراسة أهمية كبيرة في كونها سمحت بمعرفة عادات وأنماط مشاهدة التلفزيون لدى الأطفال ما بين 11 و 16 سنة من الذكور والإناث ومن الريفيين والحضريين. وأظهرت الدراسة مكانة التلفزيون لدى هؤلاء الأطفال ما بين النشاطات الترفيهية الأخرى، ونوعية البرامج التي يحبون متابعتها.

- "الرسوم المتحركة في التلفزيون الجزائري – دراسة في القيم والتأثيرات"(172):

أجريت هذه الدراسة من قبل الطالبة رشيدة بشبيش عام 1997 لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال.

تناولت هذه الدراسة الرسوم المتحركة من حيث مضمونها وجمهورها، حيث اشتملت على تحليل مضمون عينة من الرسوم المتحركة التي يبثها التلفزيون الجزائري بهدف التعرف على خصائص هذه

الرسوم الشكلية والضمنية، كما اشتملت على استبيان كيفية تفاعل عينة من الأطفال مع هذه الرسوم المدروسة بغرض معرفة الجانب التأثيري للرسوم المتحركة.

وبررت الباحثة اختيارها للرسوم المتحركة دون البرامج التلفزيونية الأخرى الموجهة للأطفال لكون الرسوم المتحركة برامج مستوردة لا يُتحكم في محتوياتها ولم تنتج خصيصا للطفل الجزائري الذي يقبل على مشاهدتها ومتابعتها.

وهدفت الدراسة بذلك إلى التعرف على القيم المحتواة في سلاسل الرسوم المتحركة التي يبثها التلفزيون الجزائري لتحديد مدى ملاءمتها لتنشئة الطفل الجزائري باعتبارها منتجات إعلامية أجنبية أنتجتها مؤسسات عالمية ودُبلجت إلى اللغة العربية.

مست الدراسة 112 طفلا من الجزائر العاصمة تتراوح أعمارهم ما بين 08 و 13 سنة، وذلك في الفترة ما بين مارس و أفريل 1996.

توصلت الباحثة من خلال التحليل الكمي والكيفي لمضمون عينة من برامج الرسوم المتحركة التي بثها التلفزيون الجزائري إلى عدد من النتائج المتعلقة بخصائص ومضمون وأهداف وقيم هذه البرامج، من أهمها:

1. جل الرسوم المتحركة التي كان يبثها التلفزيون الجزائري في فترة إجراء الدراسة عبارة عن سلاسل يومية أو أسبوعية مدبلجة بالعربية، علما أنه لم يتبين منتجها الأصلي حيث تم الاكتفاء بذكر الشركات العربية التي تقوم بتوزيعها.

2. كانت معظم الرسوم المتحركة التي يعرضها التلفزيون الجزائري هي للتسلية بالدرجة الأولى لكون معظم تلك الرسوم المعروضة كانت من نوع المغامرات والبطولات وبدرجة أقل قصص الحيوانات والقصص الاجتماعية حيث سعت تلك السلاسل إلى إشباع رغبة الأطفال في التنافس والمغامرة والتسلية. ولم يتم عرض سوى سلسلتين ذات محتوى تربوي (09.52 بالمائة من مجموع السلاسل).

3. تعلقت نسبة هامة من البرامج المدروسة بالحاضر، حتى تقترب أكثر من واقع الطفل وزمنه لتسهل عليه عملية معايشة أحداثها. كما أن معظم أحداث الرسوم المتحركة تقع في المدن وهي بصفة عامة مدن أوروبية أو أمريكية أو يابانية. ولم يشكل الريف حيزا لأحداث الرسوم المتحركة إلا في عدد ضئيل جدا (04.70 بالمائة) من السلاسل المعروضة. واستنتجت الباحثة أن منتجي الرسوم المتحركة يتأثرون في تصميمهم لهذه السلاسل بالإطار المكاني والجغرافي الذي يعيشون فيه.

4. وظفت الرسوم المتحركة المدروسة كل المؤثرات والوسائل التعبيرية الممكنة لتوصيل مضمونها من

خلال اللغة اللفظية والإيماءات والحركات والموسيقى والمؤثرات الصوتية المختلفة.

5. أظهرت عملية التحليل أن الأبطال والأشرار في سلاسل الرسوم المتحركة المدروسة يتميزون بعدد من الخصائص النوعية والاجتماعية والعمرية. فقد عملت هذه الرسوم على تعميق هوة الصراع بين الصغار والكبار، حيث صورت عبر حلقات الرسوم المتحركة المدروسة في معظم الأحيان أطفال يواجهون أشرارا بالغين. كما أن الأشرار في معظم السلاسل المدروسة ينتمون إلى نفس الطبقة الاجتماعية التي ينتمي إليها الأبطال أو من طبقة أعلى في بعض الأحيان. وفيما يخص الوضع العائلي للأشرار والأبطال فقد تبين من خلال التحليل الذي قامت به الباحثة أن الأبطال يعيشون في معظم الأحيان في وسط عائلي أو رفقة أصدقاء في حين كان الأشرار في غالب الأحيان يعيشون بمفردهم أو صحبة عصابة من الأشرار. وبالتالي فإن الشرير في الرسوم المتحركة هو ذلك الفرد المنعزل عن المجتمع والذي له علاقات محدودة وضيقة في حين يعرف البطل بتعدد علاقاته الاجتماعية وبتمتعه بالدفء العائلي.

6. فيما يخص قيم وصفات الأبطال والأشرار في السلاسل المدروسة، وجدت الباحثة أن معظم الأبطال يتميزون بالذكاء بالدرجة الأولى كما يتصفون إلى جانب الذكاء ببعض الصفات والقدرات الجسدية الأخرى مثل المهارة والقوة كما يتصف البطل ببعض الصفات الأخلاقية مثل الهدوء والعدل والتسامح و الشجاعة والطيبة إلى جانب سعيه لتحقيق بعض الأهداف مثل السلام ومساعدة الغير وحماية الطبيعة في حين اتصف الأشرار في السلاسل المدروسة ببعض السلوكات غير الاجتماعية مثل السرقة وعدم احترام القانون بالدرجة الأولى إلى جانب الخداع والكذب، كما يعرف الأشرار بعصبيتهم وغرورهم إلى جانب أنانيتهم وجبنهم ومشاكستهم وقد سعى الأشرار في معظم السلاسل إلى الحصول على المال عن طريق إثارة الحروب والنزاعات.

7. تبين للباحثة من خلال تحليل سلاسل الرسوم المتحركة أنها تحتوي على عدد من القيم منها الخاصة بالسلوكات والطبقات ومنها الخاصة بالعناصر الأخرى مثل الأشياء والأماكن. وقد توافق في معظم الأحيان تقييم هذه العناصر في الرسوم المتحركة المدروسة مع تقييم مجتمعنا لها مثلما هو الحال بالنسبة لبعض السلوكات الواجب القيام بها مثل التعاون والمثابرة والعمل ومساعدة الغير والإيثار وغيرها من السلوكات الإيجابية والتي تعتبر بمثابة قيم عالمية تتفق على إيجابيتها كل المجتمعات. إلا أن بعض التقييمات المتعلقة ببعض السلوكات التي يجب تفاديها أي عدم القيام بها قد تتعارض مع تقييم مجتمعنا لها مثل اعتبار المحافظة على التقاليد وأكل فتات الخبز سلوكات سلبية، في حين تعتبر التقاليد في مجتمعنا جزءا لا يتجزأ من شخصيتنا، كما يعتبر أكل الفتات أو بقايا الخبز سلوكا يعكس روح الاقتصاد وعدم التبذير. أما فيما يخص تقييم الطبقات والفئات المختلفة، فقد تباينت السلاسل المدروسة في طريقة تقييمها

لها إلا أنها مالت على العموم إلى الحط من قيمة الإناث والعلماء في حين رفعت من قيمة الأمهات والنبلاء. كما تبين فيما يخص تقييم بعض البلدان والأشياء، أن الرسوم المتحركة قد مالت إلى الرفع من قيمة الأمور المعنوية على حساب الأمور المادية، كما أنها أشادت بقيمة وأهمية القانون ودعت الأطفال للحفاظ على الطبيعة والتأمل في جمالها. إلا أنها عكست في نفس الوقت قيم مصمم الرسالة وثقافته حيث اعتبر كل من الصليب واللغة الفرنسية وأمريكا كأمور ذات قيمة معنوية عالية.

8. وأظهرت الباحثة من خلال التحليل الكيفي للسلاسل المدروسة أن الرسوم المتحركة تعتبر وسيلة لنقل القيم والمعلومات المختلفة للأطفال بطريقة مسلية وممتعة، حيث تمرر بعض الحكم والإرشادات والنصائح بطريقة غير مباشرة. فهي ترفه وتعلم في نفس الوقت عن طريق تقديم عوالم مثالية يكافأ الطيب فيها دائما ويعاقب الشرير، ولكن يعاب عليها لجوؤها في معظم الأحيان إلى حل المشاكل عن طريق استعمال القدرات الخارقة الخيالية التي يتصف بها البطل أو من خلال الرجوع إلى الكائنات الغريبة مثل الأوراح أو الآلهة مما يقلل من قيمة العقل وضرورة مواجهة الواقع والمشاكل بجدية.

9. توصلت الدراسة أيضا إلى أن هذه السلاسل قدمت بعض القيم التي لا تتوافق مع نظرة مجتمعنا لها كتركيزها على قيمة الحضارة الأوربية الغربية عموما وإهمالها للحضارات الأخرى كما هول الحال في سلسلة رحلة في التاريخ التي أكدت على عظمة الرموز التاريخية الأوروبية واقتصرت أحداثها على أوروبا مع أن السلسلة سميت برحلة في التاريخ وكأن تاريخ العالم يقتصر ويختصر في تاريخ أوروبا كما انتمى معظم الأبطال إلى مجتمعات غربية، مما قد يخلق لدى الطفل الجزائري أو العربي عموما إحساسا بالاغتراب وشعورا بالنقص تجاه هذه الثقافات والبلدان.

أما فيما يخص مدى تفاعل الأطفال المستجوبين مع الرسوم المتحركة التي بثها التلفزيون الجزائري، فقد توصلت الباحثة إلى جملة من النتائج من أهمها:

1. احتلت مشاهدة الرسوم المتحركة في التلفزيون الصدارة ضمن النشاطات الترفيهية التي يفضل الأطفال القيام بها في أوقات الفراغ متقدمة ممارسة الرياضة والتنزه بصحبة العائلة، وهذا باختلاف أعمارهم وجنسهم ومستوياتهم الاجتماعية.

2. أقبل معظم الأطفال المستجوبين على متابعة برامج الرسوم المتحركة التي بثها التلفزيون الجزائري بالدرجة الأولى باختلاف مستوياتهم التعليمية، فهي تلبي أذواق الأطفال باختلاف أعمارهم وجنسهم. إلا أن الباحثة لاحظت إقبال الأطفال المستجوبين من المستوى المتوسط نحو متابعة برامج القناة الجزائرية أكثر

من أطفال المستويين المتوسط وفوق المتوسط، في حين أقبل أطفال هاذين المستويين نحو برامج الرسوم المتحركة التي تبثها القنوات الأجنبية والعربية أكثر من المستجوبين من المستوى تحت المتوسط.

3. تعتبر الرسوم المتحركة وسيلة يستعين بها الأطفال لإنشاء علاقات اتصالية جديدة أو لدعم علاقات اتصالية كانت قائمة من قبل سواء مع الأولياء أو مع الأصدقاء، حيث تبين من خلال الاستقصاء أن معظم الأطفال المستجوبين باختلاف جنسهم وأعمارهم ومستوياتهم الاجتماعية يلجؤون إلى استعمال الرسوم المتحركة كحجة لإقامة علاقات اتصالية مع أفراد عائلتهم أو أصدقائهم.

4. اهتم الأطفال المستجوبون بكل العناصر التي تتضمنها الرسوم المتحركة من أغنية ورسوم وألوان وقصة وأبطال إلا أنهم فضلوا بالدرجة الأولى كلا من القصة والأبطال، حيث تفاعلوا أكثر مع أحداث السلاسل وأبطالها إلى جانب الأغاني التي كانت تعرض من خلال الجنيريك.

5. تبين من خلال الاستقصاء أن معظم الأطفال المستجوبين يجهلون أماكن وقوع أحداث سلاسلهم المفضلة بالرغم من أنه تمت الإشارة إليها في السلاسل. وقد ارتبطت معرفتهم للأماكن بمستواهم التعليمي. إلا أن مستواهم التعليمي لم يؤثر على مدى معرفتهم للبعد الزمني للأحداث.

6. اعتبر الأطفال المستجوبون أن الرسوم المتحركة برامج ترفيهية وتعليمية في نفس الوقت حيث ذكر معظمهم أنهم يتعلمون بعض الأمور من خلال مشاهدتهم للرسوم المتحركة مثل السلوك الحسن واللائق والأخلاق المثالية. كما اعتبرت لدى البعض وسيلة لتعلم اللغة وبعض الحركات الرياضية وتطوير المهارات في الرسم وسرد القصص والتدرب على التمثيل للقيام ببعض الأدوار في النشاطات المسرحية التي تنظم في المدرسة وتساعدهم كذلك على تعلم بعض الأغاني التي يرددونها في كل المناسبات.

7. تأثر معظم الأطفال المستجوبين في تفضيلهم بعض الصفات والخصائص والقدرات التي ينبغي أن يتصف بها البطل بأوصاف وقدرات الأبطال التي وردت في الرسوم المتحركة التي شاهدوها، كما أثرت الخصائص العمرية والنوعية والاجتماعية للأطفال على تفضيلاتهم.

8. يهتم الأطفال ببعض السلاسل ويتابعونها نتيجة إعجابهم ببعض العنصر أو فقط عنصر واحد.

9. تعتبر الرسوم المتحركة مصدرا لبعض التقييمات والتصنيفات بالنسبة للأطفال، حيث تبين من خلال الاستقصاء أن معظم تقييمات الأطفال للعناصر الكاريكاتورية التي اقترحت عليهم تطابقت مع التقنيات التي وردت في سلاسل الرسوم المتحركة المدروسة.

10. تبين من الاستقصاء الذي قامت به الباحثة أن الأطفال المستجوبين يأملون في أن يصبحوا مثل أبطالهم المفضلين. فبعضهم يريد أن ينال شهرة البطل والبعض الآخر يريد أن يعيش المغامرات التي عاشها البطل وآخرون يريدون امتلاك أحد أدوات البطل أو ألبسته. كما حلم البعض بتحقيق انتصارات البطل، وأراد البعض الآخر أن يكونوا بحجم البطل وقوته، حيث صار البطل وسيلة تمكنهم من تجاوز ضعفهم وتحقيق أحلامهم.

اكتست هذه الدراسة أهمية في كونها حاولت الجمع بين دراسة الرسائل الإعلامية الموجهة للطفل ودراسة جمهور هذه الرسائل أي الأطفال وذلك من خلال اختيار الرسوم المتحركة كنموذج للرسائل الإعلامية المرئية الموجهة للأطفال، كما حاولت إعطاء صورة عن خصائص الإعلام المرئي الموجه للطفل الجزائري وكيفية تفاعل هذا الأخير معه وبالتالي إبراز دور الرسوم المتحركة كنموذج للإعلام المرئي في تنشئة الطفل الجزائري. وأهداف دراستنا تتشابه إلى حد بعيد مع هذه الدراسة مع اختلاف في الوسيلة.

و يؤخذ على هذه الدراسة عدم تحكمها الكامل في تقنية تحليل المضمون، إذ غابت التعريفات الإجرائية المرافقة لاستمارة تحليل المضمون، ولم تتضمن هذه الأخيرة تحديدا لقيم معينة، مما يفتح مجال التأويل بمصراعيه. ضف إلى ذلك لم تقم الباحثة بالتأكد من صدق وثبات استمارة تحليل المضمون.

- "برامج الأطفال في التلفزيون الجزائري، نموذج الرسوم المتحركة من 1999 إلى 2001"(173):

أجرى هذه الدراسة الباحث مهدي زعموم ونال بها درجة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال عام 2005.

تناولت الدراسة برامج الأطفال في التلفزة الجزائرية ولا سيما الرسوم المتحركة من حيث مضمونها كقيم ثقافية ومدى علاقة القيم بمنظومة قيم المجتمع الجزائري. كما تناولت الدراسة جمهور هذه البرامج مركزة على مسلسلات الرسوم المتحركة التي تعامل معها الأطفال عبر بثها في التلفزة الجزائرية ثم التعريف بخصائص هذه البرامج شكلا ومضمونا وبذلك تكون الدراسة قد اهتمت بعنصرين أساسيين من عناصر العملية الاتصالية وهما "الرسالة والمستقبل" مع الكشف عن ملامح العناصر الاتصالية الأخرى وأهمها المرسل ثم رجع الصدى من خلال التحليل والاستبيان.

وانطلقت الدراسة من الإشكالية التالية :

أية مقاومة حضارية أبدت التلفزة الجزائرية في وجه هذا الطوفان من غزو القيم، ولماذا فتحت وسائل الإعلام أبوابها بكل استسلام له؟

ووضع الباحث الفرضيات التالية :

1. لم تعمل التلفزة الجزائرية على مقاومة ثقافة العولمة في برامج الأطفال.

2. لم تقم بإنتاج وطني أصيل يعزز منظومة قيم الطفل الجزائري بثوابت المجتمع الجزائري.

3. ساهمت التلفزة الجزائرية في زعزعة منظومة قيم الأطفال وتقليد سلوكات لا تمت إلى واقعنا الحضاري بأية صلة من الصلات.

اعتمد الباحث المنهج المسحي الوصفي والتحليلي، حيث أخذ عينة أولى من مسلسلات الرسوم المتحركة التي بثت في الفترة ما بين 1999-2001 ودرس تفاعل الأطفال مع هذه المسلسلات.

ومن أهم ما توصلت إليه الدراسة ما يلي :

1. تبين بالقراءة المتأنية أن أجهزة التلفزة منتشرة لدى كل العائلات في المنطقة الحضرية وشبه الحضرية الريفية، مع اختلاف تعداد هذه الأجهزة تبعا للحالة الاقتصادية والاجتماعية لكل عائلة. وهذه المعطيات تؤكد هيمنة التلفزة كأقوى وسيلة إعلامية في الجزائر.

2. إن المستوى الثقافي المتباين للآباء بين المناطق الثلاث لم يكن له تأثيره الكبير على عملية التوجيه الثقافي داخل الأسرة الواحدة.

3. إن تدخل الأولياء على مستوى واحد في المناطق الثلاث، فهم جميعا يتدخلون أحيانا في تحديد ما يريد أن يشاهد الطفل، في حين أن الكثير من هؤلاء الأولياء لا يتدخلون أو يتدخلون نادرا في تحديد أوقات المشاهدة سواء كان ذلك ليلا أو نهارا.

4. كل إجابات الأطفال حول أوقات المشاهدة برامج التلفزة انصبت على المساء والليل، ولكن على الفضائيات الأجنبية إذ أن برمجة ما يخص الأطفال في التلفزة الجزائرية لا تتناسب مع الأوقات التي يمكن للأطفال استغلالها في مشاهدة التلفزة. وبوصف آخر فإن سوء البرمجة في التلفزة الجزائرية يدفع الأطفال إلى متابعة القنوات الأجنبية التي تسرب إلى أدمغتهم الصغيرة القيم غير المناسبة وهو موضوع عدم رضى الوالدين عن الأطفال في متابعة الأفلام والمسلسلات الأجنبية.

5. يمضي الأطفال وقتا ليس بالقليل في مشاهدة برامج التلفزة إذ تتراوح المدة بين ساعتين إلى أكثر من ثلاث ساعات في اليوم الواحد، لكن هذا الزمن ليس كله لمشاهدة القناة الجزائرية وإنما لغيرها، وهو ما يعد خطأ كبيرا يحمل في طياته شيئا من الخطورة على مستقبل الأطفال.

6. تستجيب الرسوم المتحركة وحدها إلى مشاعر الأطفال الجزائريين، فيما تأتي برامج الإنتاج الوطني والعربي بالدرجة الأدنى، وكذلك فإن التأثير الأكبر على سلوك الأطفال ينعكس من هذه الرسوم التي تحمل الكثير من القيم غير الملائمة.

7. تغمر الأطفال فرحة كبيرة عندما يشاهدون الرسوم المتحركة معنى ذلك أنهم يتأثرون بها بوعي وبغير وعي عبر الزمن الطويل الذي يقضونه أمامها، يملؤون أدمغتهم بأسماء أبطالها الأجنبية، يحفظون هذه الأسماء على حساب ما يجب أن يحفظوه من أسماء ومعالم تخص ثقافتهم وثقافة مجتمعهم، وقد يتقمص بعضهم شخصيات أبطال هذه المسلسلات.

8. أعرب الأطفال جميعهم ذكورا وإناثا أن ما يدفعهم إلى مشاهدة الرسوم المتحركة إنما هو حاجتهم للترفيه والتسلية والتنفيس عن نفوسهم أمام سواء التفاهم أحيانا داخل الأسرة أو في المدرسة أو في مجرى العلاقات مع الزملاء.

9. لا يطمح الأطفال تبع للأجوبة التي بين أيدينا إلى استغلال برامج بعض الأشرطة العلمية والثقافية، إذ يجدون صعوبة في تقبلها، ويولونها الدرجة الثالثة أو الرابعة من الاهتمام.

يسجل على هذه الدراسة أن الباحث لم يقدم فيها استنتاجات عن الجزء التحليلي من الدراسة، كما يسجل غياب استمارة تحليل المضمون مرفوقة بدليل التعريفات الإجرائية. إلا أنها أعطت علاقة نظرية دقيقة لارتباطات هذه المنتوجات التسلوية الموجهة للطفل بالمنظومة الثقافية الغربية.

- "معالجة العنف من خلال التلفزيون وألعاب الفيديو وتأثيره على الطفل الجزائري"(174):

أنجزت هذه الدراسة الطالبة علواش كهينة ونالت بها شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال عام 2006.

انطلقت الدراسة من الإشكالية التالية: ما مدى تأثير التلفزيون وألعاب الفيديو على جمهور الصغار؟ وهل ما تقدمانه من عنف تؤثر على نفسيته وسلوكه؟.

وتفرعت الإشكالية إلى التساؤلات التالية:

1. كيف يتأثر المشاهد، خصوصا الطفل بما يشاهده من مادة عنيفة أو ما يعرض عليه في أية وسيلة إعلامية أخرى ؟

2. إلى أية درجة تعتبر الوسيلتان مسؤولتان عن الانحرافات التي تشهدها وتعاني منها المجتمعات؟

3. هل يمكن تحصين الفرد والمجتمع من هذا العنف خصوصا في هذه الوسائل الأكثر انتشارا؟

4. لماذا يقبل الأطفال على العنف المتلفز وعنف ألعاب الفيديو ؟

استخدمت الطالب المنهج المسحي وأداتين من أدوات جمع المعلومات هما الاستمارة (عددهما اثنين) و المقابلة مع أولياء التلاميذ. وكانت العينة (200 تلميذ) أطفالا بين 6 و 10 سنوات و 11و 15 سنة.

من أهم ما توصلت إليه الطالبة ما يلي :

- الأطفال يميلون بكثرة لألعاب الفيديو، حيث أصبح منافسا لجهز التلفزيون، ويعتبر ذكور المتوسط أكثر ميلا إليه من الإناث.

- الأطفال يقبلون أكثر على ألعاب الفيديو العنيفة وألعاب التنافس مثل كرة القدم وسباق السيارات والدراجات.

- تعمل ألعاب الفيديو على ترسيخ وتنمية السلوك العدواني لدى الطفل كونها تعتمد العنف والقوة للحصول على نقاط كثيرة أو للوصول إلى الهدف، مما يخلق رغبة لدى الطفل في تقليد سلوك البطل ويؤثر بذلك على حياته الاجتماعية.

سجل الباحث أن الدراسة تحوي خلطا كبيرا بين الوسيلتين وهذا من خلال الاستمارتين المنجزتين، ضف إلى ذلك أن التساؤلات شديدة العمومية وغير ملتصقة بالإطار المكاني، ويمكن أن تحدث التباسا في تحديد الوسيلة التي تؤثر التلفزيون أم ألعاب الفيديو. كما أن بعض النتائج المذكورة لا يمكن التوصل إليها علميا من خلال استمارة التفاعل وإنما من خلال تحليل المضمون.

ج- *الدراسات المرتبطة:* هناك الكثير من الدراسات التي يمكن أن تصنف ضمن الدراسات المرتبطة بدراستنا، لكونها تلتقي مع جزئية من جزئيات الدراسة، كالقيم أو ألعاب الفيديو أو الأطفال. ولكثرة الدراسات التي تناولت جزئية من هذه الجزئيات وتشعبها، فقد تم تناول دراسة مرتبطة واحدة وهي دراسة تناولت بالبحث تأثير ألعاب الفيديو على ممارسة النشاط البدني الرياضي.

"ألعاب الفيديو وأثرها في الحد من ممارسة النشاط البدني الرياضي الجماعي الترفيهي عند المراهقين المتمدرسين ذكور(12-15سنة) - القطاع العام - دراسة حالة على متوسطة البساتين الجديدة ببئر مراد رايس -الجزائر" (175):

أنجز هذه الدراسة الطالب نمرود بشير نال بها شهادة الماجستير في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية تخصص الإرشاد النفسي الرياضي، عام 2008.

وانطلق الباحث من الإشكالية التالية : ما مدى تأثير ألعاب الفيديو في الحد من ممارسة النشاط البدني الرياضي الترفيهي الجماعي على المراهقين المتمدرسين الذكور؟ أو كيف نفسر الاهتمام الكبير الذي يبديه المراهقون المتمدرسون اتجاه الألعاب الالكترونية من جهة، ومن جهة أخرى تراجع هذه الفئة عن ممارسة النشاط البدني الرياضي؟

وتفرعت عن الإشكالية التساؤلات التالية :

- هل ميول المراهقين للألعاب الالكترونية له علاقة بانتشارها الكبير مقابل نقص الوسائل والمركبات الرياضية ؟

- هل لسلوك المراهقين هذا علاقة بالمحيط الاجتماعي والعائلي ؟

- هل لسوء تسيير المركبات والقاعات الرياضية دخل في صرف المراهقين عن الأنشطة البدنية والرياضية واتجاههم نحو ممارسة الألعاب الالكترونية ؟

- هل التكنولوجية الحديثة لأجهزة الألعاب الالكترونية من الناحية التقنية الجمالية تجلب المراهقين إليهم على حساب النشاطات البدنية الرياضية ؟

استخدم الباحث المنهج "الوصفي"، لتبيان مدى العلاقة الموجودة بين ممارسة ألعاب الفيديو والحد من ممارسة النشاط البدني الرياضي الترفيهي الجماعي. واستخدم أداة الاستمارة على عينة قصدية من المراهقين.

ومن أهم ما توصلت إليه الدراسة :

- الاهتمام والتوجه الكبير لفئة المراهقين المتمدرسين نحو الألعاب الالكترونية وتراجعهم عن ممارسة النشاط البدني الرياضي قد أصبح ظاهرة اجتماعية بدأت معالمها تظهر في المجتمع الجزائري مثله مثل المجتمعات الأخرى خاصة الغربية منها، وهذا راجع أساسا إلى العراقيل الكثيرة التي تواجههم للممارسة الرياضية خاصة نقص الوسائل والمركبات الرياضية التي تتوافق مع ما يفضله المراهق من الرياضات، إضافة إلى الحالة السيئة التي توجد عليها المركبات المتوفرة بسبب سوء استغلالها وتسييرها ومراقبتها.

- المحيط الاجتماعي له أثر كبير في ظهور هذه الظاهرة هذا من جهة ومن جهة أخرى فإن الانتشار الكبير لألعاب الفيديو ذات الاستعمال الشخصي في المنازل وحتى أجهزة الإعلام الآلي، إضافة إلى انتشار قاعات الألعاب العمومية التي توفر عدة أجهزة باستعمالات مختلفة وبأسعار منخفضة والتطور التكنولوجي الحديث فائق الدقة من الناحية التقنية والجمالية كل هذه العوامل تجذب المراهق نحو الألعاب الالكترونية بشكل مبالغ فيه حيث تبعده عن الأنشطة الترفيهية الأخرى خاصة الرياضة منها.

يسجل بأن الدراسة توصلت إلى نتائج شديدة التركيز، بحيث تناولت تأثيرا معينا بذاته (ممارسة النشاط البدني الرياضي الترفيهي الجماعي)، وكان إظهار الارتباط عاليا جدا، مع العلم أن تأويل النتائج لم يستند إلى تفسيرات علمية حقيقية مأخوذة من تصورات وأبحاث معمقة عن ألعاب الفيديو.

الهـوامــش:

(1) - سمير محمد حسين: **"بحوث الإعلام، الأسس و المبادئ"**، عالم الكتب، القاهرة، 1976، ص76.

(2) - نوال محمد عمر: **"مناهج البحوث الاجتماعية و الإعلامية"**، مكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة، 1986، ص107.

(3) - نفس المرجع، ص108.

(4) - إبراهيم إمام: **"الإعلام الإذاعي و التلفزيوني"**، دار الفكر العربي، القاهرة، 1976، ص15.

(5) - عبد القادر محمود رضوان: **"سبع محاضرات حول الأسس العلمية لكتابة البحث العلمي"**، سلسلة في دروس الاقتصاد، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر،1990 ، ص58.

(6) - نوال محمد عمر: **"مناهج البحث الاجتماعية والإعلامية"**، مكتبة الأنجلو-مصرية، القاهرة، 1986، ص137.

(7) - نقلا عن يوسف تمار: **"نظرية Agenda setting على ضوء الحقائق الاجتماعية والثقافية والإعلامية في الجزائر"**، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، (غير منشورة)، جامعة الجزائر، 2005، ص40.

(8) - أحمد بن مرسلي: **"مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال"**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط2، 2005، ص114.

* الأساتذة المختصون هم:

. **د. محمد لعقاب** – الأستاذ المشرف على الدراسة.

. **د. يوسف تمار** – أستاذ محاضر.

. **د. أحمد عظيمي** – أستاذ محاضر.

. **أ. سمير لعرج** – أستاذ مكلف بالدروس.

(9) - محمد زيان عمر: **"البحث العلمي، مناهجه وتقنياته"**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983، ص117.

** الأساتذة المختصون هم:

. **د. محمد لعقاب** - الأستاذ المشرف على الدراسة.

. **د. يوسف تمار** - أستاذ محاضر.

. **د. أحمد شوتري** - أستاذ محاضر.

. **أ. محمد مقاني** - أستاذ مكلف بالدروس.

(10)- عبد الفتاح دويدار : **"سيكولوجية النمو والارتقاء"**، دار النهضة العربية، بيروت، 1993، ص ص 231-235.

(11) - عفاف أحمد : "**الطفل المبدع دراسة تجريبية باستخدام الدراما الإبداعية**"، مكتبة الزهراء، القاهرة 1993، ص135.

(12) - الإحصاء السكاني للجزائر لعام 1997، الديوان الوطني للإحصاء.

(13) - نفس الإحصاء.

(14)- المعجم الوسيط: مادة "**قام**".

(15)- محمد مرتضى الزبيدي: "**تاج العروس**"، المجلد 9، دار صادر، بيروت، 1986، ص35.

(16)- سورة **آل عمران**: الآية 113.

(17)- أبو منصور محمد بن أحمد الأزهري: "**تهذيب اللغة**"، تحقيق وتقديم: عبد السلام هارون، الدار المصرية للتأليف والترجمة، مصر، بدون سنة النشر، ص358.

(18)- سورة **آل عمران**: الآية 75.

(19)- محمد مرتضى الزبيدي: مرجع سبق ذكره، ص37.

(20)- سورة **النساء**: الآية 34.

(21)- مساعد بن عبد الله المحيا: "**القيم في المسلسلات التلفازية، دراسة تحليلية وصفية مقارنة لعينة من المسلسلات التلفازية العربية**"، دار العاصمة للنشر و التوزيع، الرياض، السعودية، ط1، 1994، ص25.

(22)- سورة **النساء**: الآية 5.

(23)- مساعد بن عبد الله المحيا: مرجع سبق ذكره، ص25.

(24)- سورة **المائدة**: الآية 68.

(25)- مساعد بن عبد الله المحيا: مرجع سبق ذكره، ص24.

(26)- سورة **الأنعام**: الآية 161.

(27)- أبو منصور محمد بن أحمد الأزهري: مرجع سبق ذكره، ص385.

(28)- ريمون روية: "**فلسفة القيم**"، تعريب د. عادل العوا، مطبعة دمشق، سوريا، 1960، ص10.

(29)- نفس المرجع ص28.

(30)- فوزية دياب: "**القيم و العادات الاجتماعية مع بحث ميداني لبعض العادات الاجتماعية**"، دار النهضة العربية، بيروت، 1980، ص16.

(31)- مساعد بن عبد الله المحيا: مرجع سبق ذكره، ص32.

(32)- عبد اللطيف محمد ولد خليفة: "**ارتقاء القيم**"، دراسة نفسية، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، 1992، ص39.

(33)- مساعد بن عبد الله المحيا: مرجع سبق ذكره، ص58.

(34)- نفس المرجع، ص61.

(35)- فوزية دياب: مرجع سبق ذكره، ص21.

(36)- مساعد بن عبد الله المحيا: مرجع سبق ذكره، ص48.

(37)- فوزية دياب: مرجع سبق ذكره، ص23.

(38)- مساعد بن عبد الله المحيا: مرجع سبق ذكره، ص49.

(39)- نفس المرجع، ص49.

(40)- فوزية دياب: مرجع سبق ذكره، ص24.

(41)- نفس المرجع، ص52.

(42)- بلقاسم يخلف: **"دراسة العلاقة بين مدى التعرض لتأثير المدنية الحديثة، و قيم التسامح و التسلط عند تلاميذ التعليم الثانوي في الريف و المدينة"**، رسالة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، (غير منشورة)، جامعة الجزائر، بدون سنة المناقشة، ص39.

(43)- قباري محمد إسماعيل: **"علم الاجتماع الجماهيري و بناء الاتصال، دراسة في الإعلام و اتجاهات الرأي العام"**، منشأة المعارف، الإسكندرية مصر، 1948، ص91.

(44)- عبد اللطيف محمد ولد خليفة: مرجع سبق ذكره، ص40.

(45)- بلقاسم يخلف: مرجع سبق ذكره، ص40.

(46)- سي محمد سعدية: **"النسق القيمي لدى تلاميذ نهاية المرحلة الثانوية"**، بحث مقدم لنيل شهادة الماجستير في علوم التربية، (غير منشورة)، جامعة الجزائر، 2001، ص33.

(47)- مصطفى الخشاب: **"علم الاجتماع ومدارسه"**، الدار القومية للطباعة و النشر، مصر، 1966، ص187.

(48)- قباري محمد إسماعيل: مرجع سبق ذكره، ص91.

(49)- صلاح الدين بسيوني رسلان: **"القيم في الإسلام بين الذاتية و الموضوعية"**، دار الثقافة للنشر و التوزيع، القاهرة، 1990، ص27.

(50)- نفس المرجع، ص28.

(51)- فوزية دياب: مرجع سبق ذكره، ص73.

(52)- نفس المرجع، ص ص74-75.

(53)- ريمون روية: مرجع سبق ذكره، ص ص134-135.

(54)- فوزية دياب: مرجع سبق ذكره، ص80.

(55)- نفس المرجع، ص81.

(56)- نفس المرجع، ص82.

(57)- نفس المرجع، ص83.

(58)- مساعد بن عبد الله المحيا: مرجع سبق ذكره، ص55.

(59)- فوزية دياب: مرجع سبق ذكره، ص90.

(60)- نفس المرجع، ص92.

(61)- نفس المرجع، ص93.

(62)- مساعد بن عبد الله المحيا: مرجع سبق ذكره، ص ص51-53.

(63)- فوزية دياب: مرجع سبق ذكره، ص ص36-37.

(64)- نبيل محمد توفيق السمالوطي: **"المنهج الإسلامي في دراسة المجتمع، دراسة في علم الاجتماع الإسلامي"**، دار الشروق، جدة، ط1، 1980، ص215.

(65)- نفس المرجع، ص215.

(66)- عبد اللطيف محمد ولد خليفة: مرجع سبق ذكره، ص64.

(67)- إحسان محمد الحسن: **"الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي"**، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت، ط3، 1994، ص104.

(68)- م.ج. مندل و أ.ر.جوردان: **"قيم الموظفين في مجتمع متغير"**، ترجمة محمد حامد حسين، المنظمة العربية للعلوم الإدارية، 1982، ص17.

(69)- نفس المرجع، ص17.

(70)- إحسان محمد الحسن: مرجع سبق ذكره، ص93.

(71)- عبد اللطيف ولد خليفة، مرجع سبق ذكره، ص67.

(72)- إحسان محمد الحسن: مرجع سبق ذكره، ص136.

(73)- جابر عبد الحميد: **"دراسة نفسية في الشخصية العربية"**، عالم الكتب، 1987، ص270.

(74)- عبد الباسط عبد المعطي: **"البحث الاجتماعي"**، دار المعارف الجامعية، مصر، 1985، ص ص186-187.

(75)- عطية محمود هنا: **"اختبار القيم و استخداماته، كراسة التعليمات"**، دار القلم للنشر و التوزيع، الكويت، 1986، ص ص189-190.

(76)- عبد الباسط المعطي: مرجع سبق ذكره، ص ص188-189.

(77)- نفس المرجع، ص190.

(78)- إبراهيم إمام : **"الإعلام الإذاعي والتلفزيوني"**، دار الفكر العربي، القاهرة، ط2، 1985، ص128.

(79)- نفس المرجع، ص134.

(80)- جيهان أحمد رشتي : **"الأسس العلمية لنظريات الإعلام"**، دار الفكر العربي، مصر، ط1، 1975،

ص505.

(81)- نفس المرجع، ص526.

(82)- عبد الرحمن عزّي : **"عالم الاتصال"**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992، ص39.

(83)- جيهان أحمد رشتي : **"الأسس العلمية لنظريات الإعلام"**، ص514.

(84)- نفس المرجع، ص614.

(85)- جيهان أحمد رشتي : **"الإعلام ونظرياته في العصر الحديث"**، دار الفكر العربي، مصر، ط1، 1971، ص252.

(86)- جيهان أحمد رشتي : **"الأسس العلمية لنظريات الإعلام"**، ص615.

(87)- جيهان أحمد رشتي : **"الإعلام ونظرياته في العصر الحديث"**، ص253.

(88)- جيهان أحمد رشتي : **"الأسس العلمية لنظريات الإعلام"**، ص618.

(89)- جيهان أحمد رشتي : **"الإعلام ونظرياته في العصر الحديث"**، ص254.

(90)- نفس المرجع، ص255.

(91)- نفس المرجع، ص267.

(92)- جيهان أحمد رشتي : **"الأسس العلمية لنظريات الإعلام"**، ص625.

(93)- جيهان أحمد رشتي : **"الإعلام ونظرياته في العصر الحديث"**، ص310.

(94)- جيهان أحمد رشتي : **"الأسس العلمية لنظريات الإعلام"**، ص640.

(95)- جيهان أحمد رشتي : **"الإعلام ونظرياته في العصر الحديث"**، ص310.

(96)- جيهان أحمد رشتي : **"الأسس العلمية لنظريات الإعلام"**، ص645.

(97)- جيهان أحمد رشتي : **"الإعلام ونظرياته في العصر الحديث"**، ص310.

(98)- جيهان أحمد رشتي : **"الأسس العلمية لنظريات الإعلام"**، ص647.

(99)- جيهان أحمد رشتي : **"الإعلام ونظرياته في العصر الحديث"**، ص311.

(100)- نفس المرجع، ص311.

(101)- خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرّحيم : **"الإعلام الرياضي"**، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، 1998، ج1، ص45.

(102)- شون ماكبرياد وآخرون : **"أصوات متعدّدة وعالم واحد، الاتصال اليوم وغدا"**، تقرير اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، 1981، ص51.

(103)- خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم: مرجع سبق ذكره، ص46.

(104)- نفس المرجع، ص48.

(105)- نفس المرجع، ص48.

(106)- جيهان أحمد رشتي : **"الأسس العلمية لنظريات الإعلام"**، ص463.

(107)- خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم: مرجع سبق ذكره، ص46.

(108)- فتح الباب عبد الحليم السيد، إبراهيم ميخائيل حفظ الله: **"الناس والتلفزيون"**، مكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة، 1963، ص48.

(109)- خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم: مرجع سبق ذكره، ص48.

(110)- زكي الجابر: (**أثر وسائل الاتصال في الجماهير وخاصة الجماهير العربية**)، مقال منشور في: "وسائل الإعلام وأثرها في المجتمع العربي المعاصر"، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، إدارة الثقافة، تونس، 1992، ص47.

(111)- خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم: مرجع سبق ذكره، ص58.

(112)- Warren. R. Agee, Philip, H. oult Adwin Emery : **"Media"**, Horizon, Paris, 9ème Edition, P.40.

(113)- دينس ماك كويل، سفين ويندول : **"أنماط الإعلام لأغراض دراسة الإعلام الجماهيري"**، ترجمة وتعريب محمد حسن، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، إدارة الثقافة، تونس 1989، ص8.

(114)- زهير إحدادن: **"مدخل لعلوم الإعلام والاتصال"**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، بدون رقم الطبعة، 2002، ص72.

(115)- دينس ماك كويل، سفين ويندول : مرجع سبق ذكره، ص9.

(116)- خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم: مرجع سبق ذكره، ص30.

(117)- دينس ماك كويل، سفين ويندول : مرجع سبق ذكره، ص17.

(118)- زكي الجابر : مرجع سبق ذكره، ص47.

(119)- نفس المرجع، ص48.

(120)- نفس المرجع، ص ص19-20.

(121)- محمد عبد الرحمن الحضيف : **"تأثير وسائل الإعلام –دراسة في النظريات والأساليب"**، مكتبة العبيكان، الرياض، 1994، ص19.

(122)- نفس المرجع، ص21.

(123)- خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم: مرجع سبق ذكره، ص32.

(124)- زكي الجابر : مرجع سبق ذكره، ص ص53-54 .

(125)- خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم: مرجع سبق ذكره، ص37.

(126)- محمد عبد الرحمن الحضيف : مرجع سبق ذكره، ص ص25-26.

(127)- زكي الجابر : مرجع سبق ذكره، ص ص49-50.

(128)- نفس المرجع، ص51.

(129)- ملفين ل ديفلير و ساندرا بول روكيتش: **"نظريات وسائل الإعلام"**، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، ط3، 1999، ص414.

(130)- نفس المرجع، ص415.

(131)- نقلا عن يوسف تمار: **"نظرية Agenda setting على ضوء الحقائق الاجتماعية والثقافية والإعلامية في الجزائر"**، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، (غير منشورة)، جامعة الجزائر، 2005، ص88.

(132)- القاموس الجديد للطلاب (معجم عربي – مدرسي ألفبائي)، الشركة التونسية للتوزيع، المؤسسة الوطنية الجزائرية للكتاب، الجزائر، 1984، ص957.

(133)- سورة **يوسف**: الآية 12.

(134)- سورة الأنعام : الآية 70.

(135)- ابن منظور: **"لسان العرب المحيط"**، المجلد الخامس، دار الجيل، بيروت، 1988، باب لعب، ص371.

(136)- سورة محمد: الآية 36.

(137)- القاموس الجديد للطلاب، مرجع سبق ذكره، ص958.

(138)- Larousse. Bibliorom, dictionnaire en 1 cd.

(139)- زكية حجازي : **"معوقات النمو المتكامل للطفل في المرحلة الابتدائية"**، الهيئة المصرية للكتاب، مصر، 1977، ص158.

(140)- ليلى يوسف : **"سيكولوجية اللعب والتربية الرياضية"**، مكتبة الأنجلو-مصرية، مصر، ط2، 1962، ص6.

(141)- عماد الدين إسماعيل : **"الأطفال مرآة المجتمع"**، سلسلة ثقافية، بدون دار النشر، 1986، ص9.

(142)- نفس المرجع، ص10.

(143)- ليلى يوسف، مرجع سبق ذكره، ص7.

(144)- نفس المرجع، ص7.

(145)- نفس المرجع، ص8.

(146)- نفس المرجع، ص9.

(147)- نفس المرجع، ص ص 9-10.

(148)- Philipe Mardaga : **"Introduction à la psychologie de l'enfant"**, tour3, France, 1979, p273.

(149)- محمد حسن علاوي : **"علم النفس الرياضي"**، دار العارف، القاهرة، ط6، 1986، ص120.

(150)- Philipe Guitton : **"Le jeu chez l'enfant"**, librairie Larousse, Paris, 1973, p162.

(151)- عبد الرحمن العيسوي : **"العلاج النفسي"**، دار النهضة العربية، بيروت، 1984، ص؟.

(152)- عمر محمد التومي الشيباني : **"تطور النظريات والأفكار التربوية"**، دار النهضة العربية، بيروت، 1976، ص74.

(153)- إسماعيل عبد الرؤوف : **"خصائص نمو طفل ما قبل المدرسة"**، نقلا عن : **"دور اللعب في تكيف طفل ما قبل المدرسة داخل الرّوضة - دراسة ميدانية لأطفال ثلاث وأربع وخمس سنوات"**، رسالة مقدمة من الطالبة شافعي جميلة، لنيل شهادة الماجستير في علم النفس العيادي بجامعة الجزائر، سبتمبر 1999، ص32.

(154)- محمد سلامة آدم، توفيق حداد : **"علم النفس للطلبة والمعلمين والمساعدين في المعاهد التكنولوجية"**، بدون دار نشر، الأردن، 1973، ص54.

(155)- Dictionnaire de la psychologie, Larousse, librairie Larousse, Paris, 1967, p11.

(156)- ليلى يوسف، مرجع سبق ذكره، ص97.

(157)- عمر محمد التومي الشيباني، مرجع سبق ذكره، ص274.

(158)- سوزان ميلر : **"سيكولوجية اللعب"**، ترجمة حسن عيسى، عالم المعرفة، الكويت، 1987، ص11.

(159)- تشارلز ككلعل وآخرون : **"أسس التربية البدنية"**، مكتبة الأنجلو-مصرية، القاهرة، 1964، ص446.

(160)- ناصر الدين زبدي : **(دراسة تحليلية لشخصية الطفل من خلال تطبيق شبكة كلاديس لملاحظة الأبعاد العاطفية – الاجتماعية والمعرفية والإدراكية – الحركية)**، المجلة الجزائرية لعلم النفس وعلوم التربية، العدد 7، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998، ص37.

(161)- سوزان ميلر، مرجع سبق ذكره، ص ص 14-15.

(162)- نفس المرجع، ص18.

(163)- عدنان عارف مصلح : **"التربية في رياض الأطفال"**، دار الفكر للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 1990، ص48.

(164)- نفس المرجع، ص49.

(165)- ليلى يوسف، مرجع سبق ذكره، ص ص 30-31.

(166)- Leif et Delay : **"Psychologie et éducation "**, Tome I, Ed Nathan, Paris, 1950, pp 83-84.

(167)- عدنان عارف مصلح، مرجع سبق ذكره، ص49.

(168)- ليلى يوسف، مرجع سبق ذكره، ص28.

(169)- ناجي تامر : **"أثر المسلسلات التربوية التلفزيونية على التحصيل الدراسي للأطفال"**، دراسة معمقة في علوم التربية، معهد علم النفس وعلوم التربية، جامعة الجزائر، 1984.

(170)- نورة بن بوزيد : **"الطفل والتفاعل مع برامج البرابول"**، رسالة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 1994.

(171)- عبد الله بوجلال : **(الأطفال والتلفزيون في الجزائر)**، المجلة الجزائرية للاتصال، معهد علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، العدد 09، 1992 ص128.

(172)- رشيدة بشبيش: **"الرسوم المتحركة في التلفزيون الجزائري – دراسة في القيم والتأثيرات"**، رسالة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 1997.

(173)- مهدي زعموم: **"برامج الأطفال في التلفزيون الجزائري، نموذج الرسوم المتحركة من 1999 إلى 2001"**، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2005 .

(174)- كهينة علواش: **"معالجة العنف من خلال التلفزيون وألعاب الفيديو وتأثيره على الطفل الجزائري"**، رسالة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006.

(175)- بشير نمرود : **"ألعاب الفيديو وأثرها في الحد من ممارسة النشاط البدني الرياضي الجماعي الترفيهي عند المراهقين المتمدرسين ذكور(12-15سنة) - القطاع العام – دراسة حالة على متوسطة البساتين الجديدة ببئر مراد رايس -الجزائر"،** رسالة لنيل شهادة الماجستير في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر، 2008.

الإطـــــار الـــــــنــــظـــــري

الفصل الأول : مـــاهـيـــة ألـــعـــاب الـــفـــيـــديـــو

المبحث الأول : تعريف ألعاب الفيديو

المبحث الثاني : أنواع ألعاب الفيديو

المبحث الثالث : تاريخ ألعاب الفيديو

المبحث الرابع : مراحل إنجاز لعبة الفيديو

مدخل:

يتطرق هذا الفصل إلى ماهية ألعاب الفيديو حتى يعطي صورة متكاملة عن هذه الألعاب، تسمح لنا بفهمها كممارسة وكظاهرة اجتماعية متنامية منذ ظهورها. لذا سيتم في البدء تقديم تعريفات لها بناء على مقاربات متعددة ليتم بعدها تقديم مختلف التصنيفات لأنواع ألعاب الفيديو مع التركيز على التصنيف الذي تم اعتماده في الدراسة الميدانية.

بعدها سيتم التطرق إلى تاريخية ألعاب الفيديو لكونها ستسمح لنا بفهم هذه الوسيلة، وسيتم ذلك من خلال استعراض أهم المحطات التي مرت بها والجديد الذي أفرزته كل مرحلة. وفي نهاية الفصل سيتم تناول مختلف المراحل التي تمر بها عملية إنجاز لعبة الفيديو.

و سيعطي محتوى هذا الفصل أدوات مهمة في تحليل ألعاب الفيديو وفي تفسير عملها وتأثيرها على الممارس.

المبحث الأول : تعريف ألعاب الفيديو :

يمكن تعريف لعبة الفيديو بكونها "مجموع نشاطات اللعب ذات طابع إعلام آلي، تتضمن بعدا تفاعليا وصورا في حالة حركة"**(1)**. وقد نشأت منذ أكثر من ثلاثين سنة في اليابان والولايات المتحدة الأمريكية، وهي تشكل صناعة مزدهرة.

وبين التسلية والرياضة والثقافة، تمس لعبة الفيديو بصفة مباشرة أو غير مباشرة عددا كبيرا من الفاعلين : اللاعبون وكذا الذين يعملون على إنتاجها وترقيتها وتطويرها وجعلها احترافية (صحفيون ومعلنون وإنترنوتيون وأصحاب صالات الشبكات والمنظمون للدورات ...إلخ). وفي المحصلة، يتم تداول أموال معتبرة لتشكل لعبة الفيديو بذلك "ظاهرة اجتماعية حقيقية"**(2)**.

ويرى **ستيفان ناتكين Stéphane Natkin(3)** أن هنالك عدة تعاريف ممكنة للعبة الفيديو. فمن جهة لا علاقة بين لعبة الفيديو والفيديو سوى في طبيعة الإشارة المرسلة بين عارضة التحكم (Console) وجهاز عرض. لذا فإنه يعتبر أنه من الأفضل الحديث عن ألعاب إعلام آلي Jeux informatique بالفرنسية. ومن جهة أخرى تغطي هذه التسمية أدوات مستعملة في ظروف متغيرة جدا. فالنظرة الكلاسيكية للاعب المنفرد أو الوحيد أمام عارضة التحكم أو أمام جهاز كمبيوتر يلعب بالسيف ضد التنين لا تغطي سوى جزء صغير من عالم ألعاب الفيديو**(4)**. ففي الشبكات المحلية المحدودة (LAN)، تجتمع مجموعة من اللاعبين في قاعة للممارسة عن طريق لوحة الرقن أو عارضة التحكم لتشكل مزيجا بين "الكوبوي"* والهنود ورياضة جماعية لا تتعب سوى الإبهام والسبابة.

والألعاب المتعددة اللاعبين بصورة كثيفة، تجمع بين مجموعات من آلاف الأشخاص تلتقي عبر الإنترنيت، في عالم افتراضي أين يمكن للبائع أن يصبح أميرا وللمدير أن يكون شخصا غبيا. كما توجد ألعاب الغامبوي (لعبة فيديو صغيرة محمولة) أو الهواتف النقالة التي تمارس من طرف أفراد يتراوح سنهم ما بين 7 و 77 عاما. وفي الجانب الآخر من العالم، يلتقي المحترفون في أروقة عملاقة في رقصات مجنونة على مئات من البساطات التفاعلية بإيقاع الحفلات الموسيقية الصاخبة. وتسمح الألعاب الشبكية على الهواتف المحمولة (مستعملة في اليابان وكوريا) بالتبادل ولو للحظات السعادة التي تصنعها ألعاب المجتمع. وبالطبع يمكن المزج بين كل أنواع اللعب هذه.

ومن ثم يمكن القول أن لعبة الفيديو هي "عمل سمعي بصري تفاعلي هدفه الأول هو تسلية مستعمليه وجمهوره والذي يتطلب إعادة إنتاجه آلة مرتكزة على تكنولوجيا الإعلام الآلي".**(5)**

ويتضح من هذا التعريف أنه يقصي كل المنتوجات التي تستعمل أشكال اللعب لغايات أخرى : تقنيات التعليم أو التدريب أو قاعدة تمثيل أو وسائل لبيع سلع عبر الإنترنيت ...الخ.

وبوضعه لهذه الحدود قام ناتكين بالتمييز بين خصائص الإنتاج الحالي لألعاب الفيديو مقارنة بأشكال أخرى للإنتاج الإلكتروني. فما يعطي خصوصية لألعاب الفيديو هو اجتيازها لهذا الإطار لتندمج مع شكل سردي **(Narrative)** وتشكل نموذجا لـ**وسائل الإعلام التفاعلية**.

وما يميز لعبة الفيديو هو طبيعة تدخل جهاز الكمبيوتر. فهذا الأخير يمكن أن تكون له أدوار متباينة. فهو دائما الآلة التي تسير عالم اللعبة الذي يُصنع في الزمن الحقيقي. عالم بصري سمعي وسمعي مرتبط بتصور اللعبة (ديكورها) وحركات اللاعب. وهو أيضا الذي يطبق قواعد اللعبة، وفي بعض الحالات، خصوصا في الألعاب التي تمارس من لاعب واحد، يشكل الكمبيوتر خصما للاعب.**(6)**

ويرى **سيباستيان جينفو Sébastien Genvo** أنه من أجل تعريف لعبة الفيديو، لابد من وصف ما يشكل العامل المشترك في كل أبعادها : أي "المكونات الإلكترونية".**(7)**

والتعريف الذي يقترحه **لورون جوليي Laurent Jullier** يتطرق لمفهوم "الحقيقة الافتراضية" في كتابه حول **الصور التلخيصية Images de Synthéses**. إذ برأيه ألعاب الفيديو عبارة عن "أنظمة إعلام آلية بينها تجهيزات المداخل والمخارج تعوض عند المستعمل ردود الفعل المعروفة في المحيط الواقعي بردود أفعال اصطناعية".**(8)**

وبالتالي فإن الشرط الأول لوجود لعبة الفيديو هو وجود نظام إعلام آلي. هذا النظام يمكنه أن يأخذ عدة أشكال لكنه يقوم دوما على تجميع مكونات إلكترونية موجهة لمعالجة المعلومات المقدمة له من طرف أدوات الإدخال. الجواب الناتج عن هذه المعالجة يرسل إلى المستعمل بأدوات الإخراج (الخروج) وأجهزة الكومبيوتر من النوع المستعمل لدى عموم الناس، تتوافق مع هذا المبدأ: وحدة مركزية (نظام معلوماتي) تعالج المعلومات الواردة من لوحة الرقن أو من الفأرة (أدوات الإدخال) لتقدم الجواب على الشاشة (أدوات الإخراج). وعارضة التحكم على غرار عارضة **بلايستايشن Playstation**، تتوافق معه أيضا، إضافة إلى كل التجهيزات التي تسمح بتشغيل لعبة الفيديو، حتى وإن كانت الوحدة المركزية غير ظاهرة كما هو الحال في بعض أنواع أجهزة الكمبيوتر والتي تشكل وحداتها المركزية وحدة مع الشاشة.

ويمكن لأدوات الدخول والخروج أن تأخذ عدة أشكال : فأرة – لوحة رقن – مقبض اللعب الذي يتيح للاعب إرسال معلومات إلى الوحدة المركزية. وتعد الشاشات والقبعات (الأقنعة) المتضمنة لشاشات بلورية سائلة أو طائرة تعد أدوات خروج. الأدوات المسماة (القوة العائدة) تعد وسائل خاصة لكونها أدوات دخول وخروج في نفس الوقت. فاللاعب يحصل على العودة لحركته عن طريق نفس الحامل الذي استعمله في إرسال المعلومة. لكن هذه الحالة ليست وحيدة، لأن العديد من اللواحق لديها هذا الاستعمال المزدوج (الشاشة اللمسية) وهو ما يلغي مع ذلك ثنائية أدوات الدخول والخروج، لأن هنالك معلومات يتم إرسالها إلى الوحدة المركزية التي تعالجها وترسل فيما بعد.

هذا التعريف لألعاب الفيديو عن طريق "الخردوات الإلكترونية" المسماة **Quincaillerie électronique** بالفرنسية و **Hardware** بالإنجليزية، يظهر بسرعة محدوديته، لأنه إذا كانت ألعاب الفيديو كلها تستجيب للمعايير السابقة، فإن كل ما يستجيب لهذه المعايير لا يمكن أن تعتبر بالضرورة ألعاب الفيديو. فأجهزة محاكاة الطيران تعد في آن واحد منتمية لوسائط ألعاب الفيديو وتستعمل لغايات تدريبية في نوادي الطيران وحتى في الجيش مثلما هو الحال مع محاكي الطيران **"فلايت سيميلاتور Flight simulator"** المستعمل لتدريب الطيارين والمسجل في آلة المحاكاة في الموسوعة المتعددة الوسائط لألعاب الفيديو (جيل ألعاب الفيديو) **"جينيراسيون جو فيديو Génération jeux vidéo"**.(9)

ففي هذه الموسوعة نقرأ "نوادي الطيران: أهمية فلايت سيميلاتور ترتكز أساسا على خاصيتها في تصغير الطيارين المستقبليين. والبرنامج مستعمل أيضا لتعويد الطلاب على الطيران من دون رؤية وبلا أخطار".

إذا الحد الفاصل بين ما يمكن أن يعد لعبة أو لا، رفيع جدا في حالات أجهزة المحاكاة، ويصبح أحيانا ملتبسا عندما نعلم بأن الجيش الأمريكي يستعمل باستمرار صناعة ألعاب الفيديو من أجل اكتساب برمجيات تسمح بتكوين جنوده لمختلف وضعيات الحرب. ففي لعبة **"توم شارسيس رينبو سيكس : روغ سبير – Tom Charcy's Rainbow six : Rogue Spear"**، تضع هذه الأخيرة اللاعب في سلسلة من المهمات المضادة للإرهاب. وفي عام 2001، قامت شركة إنتاج ألعاب الفيديو **"يوبي سوفت – Ubisoft"**، بإمضاء اتفاقية مع وزارة الدفاع الأمريكية من أجل السماح للجيش باستعمال طبعة معدلة من اللعبة السابقة الذكر. وقال مصنعو اللعبة "بأنها طُورت في استوديوهات **"ريد ستورم – Red storm"** في كاليفورنيا الشمالية بالولايات المتحدة الأمريكية، ولن تستعمل للتدرب على الأسلحة ولكن الحكومة تأمل في استعمالها لتدريب الجنود على اتخاذ القرارات الصائبة خلال مهماتهم".(10)

هذا المقتطف من البيان الصحفي الذي نشر على موقع الإنترنيت لمجلة ألعاب الفيديو **"جويستيك – Joystick"**(11) يظهر كيف أن برنامج ذو طابع لعبي يمكن أن يحول عن استعمالاته الأصلية لغايات أخرى تماما. ويتعلق الأمر هنا بوضع الجنود في حالة بواسطة واقع افتراضي، أين يصبح التعلم بالخطأ ممكنا. وفي حال إذا ما ارتكب الجندي خطأ في لحظة ما، يمكن للبرنامج أن يقترح مجددا نفس الوضعية حتى يسمح له بالتصرف بشكل أكثر ملاءمة، وهذا بالقدر المطلوب من المرات. وبالتالي فإن الجندي سيكون قد تدرب على "اتخاذ القرارات السليمة" من بين تلك المقترحة من طرف البرنامج.

وعلى هذا الأساس فإن مثال لعبة **"توم شارسيس رينبو سيكس : روغ سبير – Tom Charcy's Rainbow six : Rogue Spear"** التي صممت بغرض اللعب وحوّرت نحو استعمالات عسكرية، يزيد من الغموض حول ما يمكن أن يعتبر ألعاب فيديو. فهل لا يزال برنامج **"يوبي**

سوفت – Ubisoft" لعبة عندما يستعمل من الجيش الأمريكي لغايات تدريبية؟. فإذا كانت لعبة الفيديو تحور عن أهدافها المبدئية أو الأصلية، هل يمكن أن تعتبر دوما لعبة؟ ويمكن أن نعتبر أن العديد من البرمجيات المستخدمة عادة لغايات علمية تحوّر عن أهدافها "العادية" لغايات تسلوية أي للعب. فبرنامج رسم الجداول الذي يستعمل لحساب الاحتمالات في الرهانات، هل يعد برنامجا علميا أم تسلويا؟. فإذا ما تمسكنا بتعريف شكلي يمكننا اعتبار أنها لعبة فيديو عندما تستخدم التجهيزات المعلوماتية لغايات اللعب.

ويطرح هذا التعريف مشكلة اختصار لعبة الفيديو في الممارسة، متجاهلا تماما وجود محتوى. فالعديد من المجلات المتخصصة، تشهد على التنوع الكبير في محتوى ألعاب الفيديو، حتى أنها تقترح تصنيفا حسب الأنواع.

وقد اقترح **"ألان وفريدريك لوديباردار Alain et Frédéric Le Diberder"**، تصنيفا دقيقا في كتابهم "عالم ألعاب الفيديو"(12) يعتمد على المحتوى من أجل حصر المجال بشكل أفضل.

وعلى هذا الأساس سيتم وضع تعريفات لألعاب الفيديو بناء على التصنيفات المرتكزة على المحتوى في المبحث الموالي.

المبحث الثاني : أنواع ألعاب الفيديو :

على غرار كل عمليات التصنيف، يحمل تصنيف ألعاب الفيديو نوعا من التناقض. فتعدد الحوامل **(Supports)** وتضاعف المنتجات الهجينة التي تتموقع في حدود الأنواع، تدفع المنظرين إلى الزيادة في الأنواع الجزئية المنضوية تحت أنواع أعم، مما يؤدي إلى نوع من الخلط والالتباس.

ومع ذلك يمكن ضمن هذا التنوع، تحديد ثلاث عائلات كبرى، تتطلب كل واحدة منها خصائص معينة لدى اللاعب، وتتميز بتشابه قواعدها وبتوحد هدفها. هذه الأنواع هي : ألعاب الحركة والألعاب الإستراتيجية و ألعاب المحاكاة.(13) ويشار إلى أن هذا التصنيف هو الذي تم الأخذ به في الدراسة الميدانية.

أ. **ألعاب الحركة :**

يتصادف ميلاد ألعاب الحركة مع ميلاد ألعاب **الأرضيات** "**Plate – forme** "، أجداد ألعاب الفيديو التي كان أول ظهور لها في قاعات اللعب وكان لها نجاح كبير على عارضات التحكم.

فلعبة "**بونغ – Pong**" التي اخترعت عام 1972، تمثل أولى هذه الألعاب، لتتوالى بعدها عناوين عرفت كلها نجاحا باهرا، من مثل "**أركانويد Arkanoid**" التي صممت على شكل لعبة تدمير، أين يتوجب كسر حائط من القرميد من خلال تصويب، عبر مضرب، كرة ممثلة على شكل مربع بسيط وكانت متوفرة على عارضة التحكم البدائية "**أتاري – Atari**". وجاءت بعدها لعبة "**تيتريس – Tetris**" وحديثا سلسلة "**باكمان – Pacman**" وسلسلة "**ماريو – Mario**". وترتكز هذه الألعاب 4على التحكم في الحركة، وتتميز بتزايد السرعة والمهارة. وتتوالى المستويات (الجداول) لتصبح أكثر صعوبة، مما يتطلب انتباها وردات فعل سريعة. كما يقتضي ذلك سرعة في التجاوب أمام الصعوبات التي تظهر وإيجاد المسالك الأقل صعوبة أو تجميع أكبر عدد ممكن من النقاط.

وتتطلب كل هذه الألعاب قدرا من التحكم في الأدوات، سواء تعلق الأمر بأزرار لوحة الرقن أو مقابض التحكم بأزرارها. وكل أداة تحكم تستعمل للجري أو القفز أو الانخفاض ... الخ، قد تستعمل بشكل منفصل أو بالتوافق.

وتستهدف الكثير من ألعاب الأرضيات جمهورا شابا. فأشكالها طفولية وشخصياتها مستوحاة من أبطال الرسوم المتحركة أو مجلات الرسوم. وقد نجد أحيانا استثناءات من خلال شخصيات جديدة سمحت لها نجاحاتها في الارتقاء إلى مصاف شخصيات بطلة وكل الأجيال التي تحبها أو لا تحبها، تعرفها.

وتتقاسم ألعاب حركات أخرى مع ألعاب الأرضيات نفس شروط النجاح (سرعة التنفيذ – التحكم في مختلف أجهزة التحكم)، لكن تتميز عنها بأهدافها الخاصة. ويتعلق الأمر بألعاب المغامرات وألعاب القتال وألعاب الرمي.

وإذا ما كانت ألعاب المغامرات تتقاطع نسبيا مع ألعاب الإستراتيجية، فإن ألعاب أخرى منها تعد بصورة قطعية ألعاب حركة. فهي تحتوي كل العناصر الخاصة بالأفلام أو روايات المغامرة. فسيناريو هذه الألعاب مستوحى من الأسلوب الملحمي : فاللاعب يتقمص دور الشخصية الرئيسية أي البطل الافتراضي، لتتابع المهمات بإيقاع كبير، تتجه كلها لفك عقدة القصة. كإيجاد شخصية مختفية أو إبطال مخططات شريرة لأشرار منفردين أو عاملين في إطار عصابات منظمة، أو بكل بساطة إنقاذ نفسه. وعلى اللاعب أن ينجح في مهماته بحماية خلفيته ومواجهة كل الأخطار ولم لا تدمير كل الذين يقفون في طريقه.

ومن بين أشهر هذه الألعاب **"تومب رايدر – Tomb Raider"** التي حققت نجاحا باهرا لدى الفتيات وحتى لدى الذكور رغم أن للعبة بطلة وليس بطلا **(لارا كروفت – Lara Croft)**. فهي فتاة لا تتراجع أمام أي شيء. وقد تم تجسيد هذه اللعبة في فيلم سينمائي حقق بدوره نجاحا كبيرا.

بسيناريوهات محدودة عادة، بقيت "ألعاب القتال" مستقرة في فضاء مغلق قريب من الحلبة أو تختار لنفسها فضاء مشخصا لأماكن هي مسارح للقتال. اللكمات والضربات بالرجل وبالرأس أو حتى بالسكاكين ومختلف الأسلحة الخاصة بالرياضات القتالية، على غرار السيف كلها مسموحة. وتسمى جملة "**ألكمهم جميعا** – Cognez-les tous" بتعبير لاعبي ألعاب الفيديو. وهي ألعاب تتميز عن ألعاب "**قاتلوهم جميعا** – Tuez-les tous" من خلال الأسلحة المستعملة.

فكل المعارك هنا تجري بأيدي عارية أو بأسلحة بيضاء، وهنا أيضا تحتل السرعة والتحكم في الأجهزة مكانة كبيرة في نجاح اللعبة. وتقترح لعبة **"تيكن3 – Tekken3"** مثلا، قرابة عشر شخصيات تملك كل واحدة منها تقنياتها الخاصة في القتال. ويتطلب تنوع أشكال الهجوم والهجوم المضاد المتاحة التحريك الكثيف للأصابع.

أما ألعاب **"اقتلوهم جميعا – Shoot'en up"** فهي متأثرة بشكل مطلق بالنجاح الأول الذي حققته عبر ألعاب **"دوم – Doom"***. ويمكن اعتبار أن هذا الأخير هو الذي دشن هذا الشكل من اللعب، طالما أن كل الألعاب التي تلته تأثرت بهذه العائلة الكبيرة التي تسمى **"دوم لايك - Doom-Like"** (أي مثل دوم). وأشهر لعبتين من هذه العائلة نذكر **"كوايك – Quake"** و **"أونريال – Unreal"**. وهنا يمكن ملاحظة أن المبدأ وشكل التقديم في كل لعبة **"اقتلوهم جميعا – Shoot'en up"** هو نفسه. فعلى المستوى الأول من الشاشة نجد سلاحا (للاعب)، يجب استعماله للقضاء على الغزاة والوحوش التي تتقدم نحو اللاعب في ديكورات مستقبلية أو عوالم متوحشة. ولأن مبدأ اللعبة والسيناريو فيها محدود نسبيا، فإن نوعية الرسم والمحيط السمعي تحتل مكانة هامة.

أما ألعاب الرمي الكلاسيكية فهي تتميز عن أنواع **"Shoot'en up"** باستقرار الأهداف المصوب نحوها. ففي الشاشة، يحتل السلاح المكانة الأولى، لكن في هذه اللعبة، اللاعب غير ملزم

بالتحرك أو استطلاع عوالم مختلفة: فهذه الأخيرة تأتي نحوه على شكل جداول متوافقة مع مختلف مستويات الصعوبة. فهي تتشابه مع ألعاب الدقة وهي اقتباسات حرفية لألعاب التدمير التقليدية.

ب. **ألعاب الاستراتيجية :**

تنقسم ألعاب الإستراتيجية أو ألعاب التفكير إلى أربعة أنواع فرعية:

1. ألعاب المغامرات والتفكير **(Jeux d'aventures-reflexion):** وهي من منظور المتفرج البسيط تشبه أخواتها ألعاب المغامرات والحركة. فاللاعب يتقمص الدور المركزي من خلال بطل افتراضي حاضر أو لا في الشاشة. لكنها تتميز عنها في مستوى الغموض فيها والذي يحتل مكانة هامة في سيرورة السيناريو. ويعد الاستنتاج والملاحظة شرطان أساسيان لنجاح اللاعب.

فعلى طريقة المحقق الخاص، يعمل اللاعب خلال اللعبة على حل مختلف الغموض المحيط باللغز الرئيسي. ويتنوع المحيط بشكل كبير من لعبة إلى أخرى، غير أنه يركز كله على الواقعية وجمال الرسم.

وتحاول هذه الألعاب جعل اللاعب يبحر في سيناريوهات لملاحم تليق بأفضل الأفلام، حيث تبقي على التشويق بصفة دائمة، ليقوده ببطء نحو تنفيذ المهمة. وبفضل التقدير الدقيق لمستويات الصعوبة التي لا يجب أن تكون سهلة جدا ولا صعبة جدا، ينجح المصممون في تشويق أكثر اللاعبين نفورا من ألعاب الحركة.

2. ألعاب الإستراتيجية الاقتصادية **(Jeux de stratégie économique)**: وهي قريبة من التقمص، طالما أنها تعيد إنتاج وتمثيل الميكانيزمات الأساسية لسير مدينة وبقائها. لكنها تتطلب التفكير والقدرة على تسيير واستثمار الموارد التي توضع تحت تصرف اللاعب. والمجالات التي يتوجب تسييرها هي كثيرة بعدد ما في الواقع : اختيار الموقع الجغرافي لإقامة المدينة، تسيير مواردها الطبيعية، التجارة، الصناعات، الديمغرافيا ... الخ. والهدف هو القيام بأفضل تسيير من خلال كل العناصر المكونة لمدينة عند إنشائها، من الصناعات والمالية وكذا التوترات الاجتماعية الواردة الحدوث من أجل ازدهار هذه المدينة الافتراضية وإقامة توازن بين كل عواملها. وتعطي ألعاب الإستراتيجية الاقتصادية الفرصة أيضا لتجريب مخلفات نمو متجاوز للحدود للصناعة أو الاختلال الحاصل عند ارتفاع الفقر بين المواطنين. وإذا كان الهدف الرئيسي هو الإبقاء لأطول فترة ممكنة على حياة مدينة افتراضية، فإن اللاعب حر في اختيار مراحل النمو أو حتى التلاعب بقواعد اللعبة من خلال القيام بالعديد من التجارب.

3. ألعاب الإستراتيجية العسكرية **(Jeux de stratégie militaire)**: وهي ألعاب ترتكز على نفس المبدأ، لكن موجهة نحو موضوع مختلف. فهذه الألعاب تجعل من اللاعب وريثا لقائد عسكري حقيقي. فمن أجل النجاح، يجب عليه استغلال موارد مقاطعاته (أراضيه) وبناء مباني عسكرية وتشكيل فيالق لغزو

أراضي المنافس. لذا على اللاعب أن يعرف قدرات الجيش الذي اختاره ووضع إستراتيجية حقيقية للهجوم والدفاع من أجل حسن التوقع أو الرد على تحركات الخصوم.

وتتطلب هذه الألعاب، على غرار ألعاب الإستراتيجية الاقتصادية، قدرات للتحليل والتقييم وسرعة في التفكير، أبعد من تلك الموجودة في الألعاب الاقتصادية أين من النادر اتخاذ قرارات فورية.

4. الألعاب التقليدية **(Jeux Traditionnels)**: والمقصود بها ألعاب الورق. وهي الأكثر شهرة من بين الألعاب الإستراتيجية.

بعض هذه الألعاب موجودة أو مبرمجة في نظام "ويندوز"، وهي تمس بذلك جمهورا عريضا من النادر أن يصف نفسه باللاعب.

ج. ألعاب المحاكاة :

تعد ألعاب المحاكاة، إعادة إنتاج لصور نشاطات واقعية، رياضية أساسا. فقواعد هذه النشاطات يتم الاحتفاظ بها مع تشبث كبير بالجزئيات. وتستوحى هذه الألعاب إما من الواقع أو من تصورنا لهذا الواقع، وهي بذلك أقرب إلى المصادر المستوحاة منها. ولا ترتكز هذه الألعاب فقط على الرسم القريب من الواقع، ولكن أيضا على المكانة التي تعطى للاعب نفسه.

ففي ألعاب محاكاة الطيران مثل **"فلايت سيمولاتور Flight Simulator"** من ميكروسوفت، (من بين الأكثر شهرة والأقدم أيضا)، يأخذ اللاعب بصورة فعلية مكان الطيار. فهو يجلس افتراضيا مكان قائد الطائرة، ويرى عبر الشاشة مقدمة طائرته، ولوحات التحكم، ويرى خارج الطائرة مليئا بطائرات الخصم. وعلى غرار الواقع فإن أجهزة الضبط والتحكم كثيرة وتتطلب من اللاعب المبتدئ التعود عليها من خلال عملية تعلم حقيقية. وبدون تركيز وذاكرة وبراعة، لا يمكن للاعب أن يطير لأكثر من بضع دقائق أو حتى الإقلاع. وتملك هذه الألعاب جمهورا وفيا من اللاعبين الذين يجدون في تنوع الخيارات الموجودة فيها متعة إضافية مرتبطة بالصعوبات.

نفس الكلام يقال عن ألعاب السيارات المثيرة جدا. إذ يتجاوز الاهتمام بالديكور والمسالك المتعددة، مجرد الجوانب الجمالية. ففي بعض الألعاب، يمكن للاعب أن يضبط حجم المرآة العاكسة أو الإطارات أو حتى علبة السرعات. ولأن كل سيارة تختلف عن الأخرى من ناحية شكلها الانسيابي، فإن ذلك يتطلب ضبطا تقنيا خاصا. وفي بعض الألعاب مثل **"فورمولا وان – Formula one"**، من الممكن ضبط مادة العجلات أو ممتص الصدمات، وهذا وفقا للجو الذي يسود في المسلك من مطر أو شمس.

من جهتها، وباستفادتها العريضة من وقع كأس العالم، استطاعت ألعاب كرة القدم، في بضع شهور فقط أن تأسر جمهورا (ذكوريا بالدرجة الأولى) وشابا. أفضل هذه الألعاب تجري على شكل

بطولة، أين تبدأ الصعوبات من اختيار فريق لتستمر عبر مختلف المباريات. وفي بعض هذه الألعاب يأخذ اللاعب عدة أدوار. فهو اللاعب، حيث يتوجب عليه التحكم في قواعد اللعبة وفي التحركات وفي تصويب الكرة. كما أنه يأخذ دور المتفرج عبر إعادة الصور ببطء مثلما يحدث مع الصور التلفزيونية.

وإذا ما كانت سباقات السيارات وكرة القدم تحتل صدارة هذه الألعاب، فإن بقية الرياضات تستقطب أيضا الكثير من اللاعبين، منها ألعاب الكرة الطائرة والتنس والغولف وكرة القدم الأمريكية والهوكي و البليياردو.

د. **الألعاب غير المصنفة :**

على العموم، تدل عبارة "العبة فيديو" على أحد الأنواع الثلاثة السابقة، ومع ذلك توجد برامج متعددة الوسائط وبرامج لعب لا يمكن تصنيفها ضمن ألعاب الحركة أو ألعاب الإستراتيجية (التفكير) أو ألعاب المحاكاة. وفيما يلي ثلاثة أنواع تسلية عبر الكومبيوتر وهي غير متوفرة عبر عارضات التحكم:

في المقام الأول هناك **"برامج اللعب التربوية Logiciels ludo-éducatifs"** التي تأخذ صورة ألعاب مغامرة حقيقية. فهي موجهة ومكيفة للأطفال الذين تقل أعمارهم عن 12 عاما. وتظهر عادة على شكل رسوم متحركة تفاعلية.

فالألغاز تشخص قصة تضاهي أفضل الألعاب. لكن الاختلاف يكمن في طبيعة الألغاز، إذ أن معظمها عبارة عن تمارين منطق أو انتباه. وفي بعض الألعاب يكون التفكير والملاحظة جوهر النجاح فيها. لكن لا يجب الخلط بينها وبين برامج الدعم الدراسي. فالكثير منها يطغى عليها اللعب، وإضافة عبارة تربية ليست سوى وسيلة تسويقية للعبة لا غير.

وضمن نوع آخر، من الصعب وضع **"الأعمال الفنية التفاعلية Les œuvres d'arts interactives"** ضمن أحد الأصناف الثلاثة السابقة. فبعض البرمجيات تتقاطع (أو تتزاوج) مع الأعمال المعروضة سواء في المتاحف أو دور العرض أين نجد الأصوات ومشاهد الفيديو والبناءات الفنية تتكيف مع تحركات أو أصوات المتفرجين. وفي هذه الأقراص، تأخذ الفأرة مكان "الجسم المشاهد"، وهنا يتوافق الرسم والكتابة والتقنيات السينمائية في علاقة مميزة مع اللاعب الذي يجب أن يظهر براعة في اكتشاف الثراء الشاعري الموجود في هذا الحامل. بناء هذه الألعاب كلاسيكي، حيث تستعيد قصصا للأطفال وحكايات شعبية أو قصصا أدبية معروفة.

وإذا ما كانت هذه الأقراص تقترب من ألعاب المغامرات، طالما أن الهدف الأساسي هو اكتشاف الأشياء المخفية في ألبوم افتراضي، و تترك حيزا كبيرا للخيال. فهنا تعطي هذه اللعبة الأدوات للطفل الذي يبقى حرا في استعمالها على النحو الذي يرغب فيه ليقوم باختراع قواعد لنفسه. هذه الألعاب (الشاعرية) التفاعلية موجودة أيضا للكبار.

أما **"ورشات الإبداع Ateliers créatifs"**، المصممة للأطفال الذين يتراوح سنّهم بين 05 و 12 عاما. فهي تعجب كثيرا الأطفال الصغار إذ أنها ورشات أعمال يدوية تدفع إلى تجسيد الخيال عبر آلة طبع، ومنها نجد لعبة تدفع الأطفال إلى إبداع أنواع من الحلي لدميتهم المفضلة.

ويقدم **ستيفان ناتكين Stéphane Natkin** تصنيفا آخر يعتمد على عدد الممارسين للعبة في آن واحد، وهو يدرج الأنواع التي سبق ذكرها في التصنيف الأول ضمنها، بشكل أو بآخر، أي بشكل مطابق أو بشكل تركيبي بينها.

وعلى هذا الأساس، فإن هنالك نوعان من ألعاب الفيديو: الألعاب التي تمارس من لاعب واحد، والألعاب التي تمارس من عدة لاعبين**(14)**.

أ. **الألعاب التي تمارس من لاعب واحد :** وهي الألعاب التي يواجه فيها اللاعب خصما واحدا وهو الآلة. وضمن هذه الألعاب تندرج الألعاب السابقة وهي ألعاب الحركة وألعاب الإستراتيجية بكل تفرعاتها وألعاب المحاكاة.

ب. **الألعاب المتعددة اللاعبين :** وضمنها نجد نفس الأنواع السابقة الذكر، طالما أن تلك الأنواع تتيح صيغا للعب منفردا أو مع عدة لاعبين. غير أن دوافع اللاعبين في هذا النوع مختلفة جدا. فإذا كان للألعاب بلاعب واحد بعد تطويع اجتماعي يفلت أحيانا من التحاليل النقدية والسطحية، فإن البعد الاجتماعي هو في قلب الألعاب المتعددة اللاعبين**(15)**.

فاللعبة المتعددة اللاعبين يمكن أن تكون **تعاونية،** وهنا يلعب اللاعبون ضد جهاز الإعلام الآلي (الكومبيوتر)، أو **تنافسية** وهنا يمارس اللاعبون لوحدهم أو ضمن فريق ضد بعضهم البعض.

وألعاب التعاون هي امتداد للألعاب المنفردة مع إضافة بعد المجهود الجماعي من أجل التغلب على الآلة. أما ألعاب التنافس فتركز على مبادئ أخرى تقربها من الألعاب المجتمعية أو الألعاب الرياضية المندرجة ضمن ألعاب المحاكاة في التصنيف الأول. ويكمن الفارق الأساسي بين الصنفين في معرفة القواعد. فالألعاب التي يواجه فيها الكومبيوتر لا يعرف اللاعب بالتحديد قواعد اللعبة. فالتحكم في التعلم يدخل ضمن اللعب. والعلاقة بين اللاعب (اللاعبين في لعبة التعاون) وجهاز الكومبيوتر ليست تماثلية أو تناظرية. ففي ألعاب التنافس، يجب أن يكون لكل اللاعبين نفس مستوى المعرفة بالقواعد، حتى وإن كانوا يقبلون في بعض الحالات عدم لعب نفس الدور في اللعبة.

ولألعاب التنافس صيغتين كما سبق ذكره : الألعاب المنفردة أو الألعاب الجماعية (ضمن فريق). فمفهوم **دورة (Partie)** المطور في ألعاب اللاعب الواحد تنطبق أيضا على الألعاب المتعددة اللاعبين.

فالألعاب ذات الدورة القصيرة هي إما ألعاب الرياضة (سباق السيارات مثلا) وإما ألعاب حركة، وفي الغالب ألعاب قتال أو رمي. والألعاب ذات الدورات الطويلة فهي ألعاب الإستراتيجية.

أما الألعاب التي لا تحوي على دورات، فهي الألعاب المستمرة. فاللعبة لا تتوقف عن التطور حتى إذا ما توقف بعض اللاعبين عن اللعب.

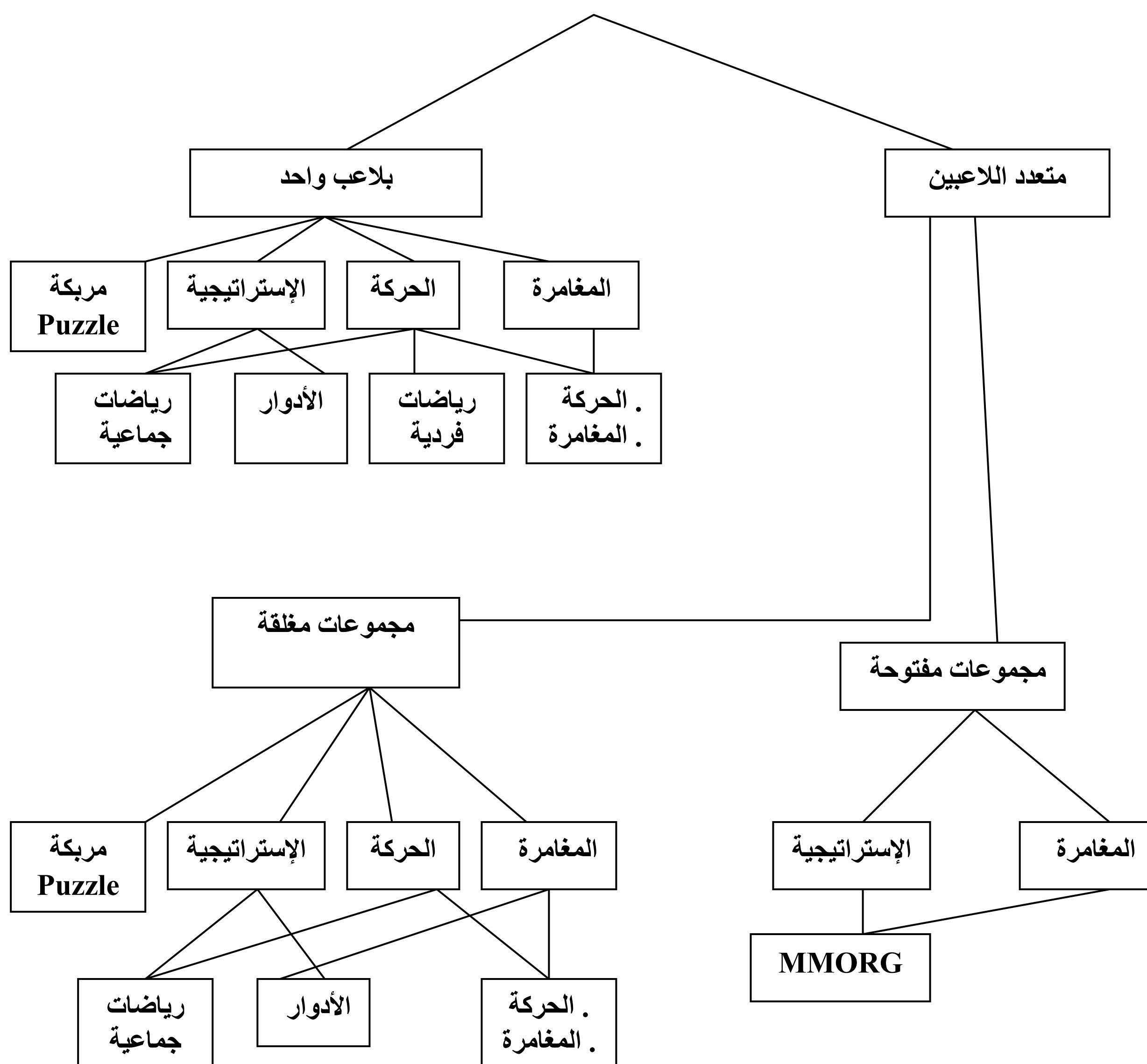
وفي الأخير يجب أن نميز بين الألعاب ضمن المجموعات **المغلقة** و **المفتوحة**. ففي الحالة الأولى لا يتحكم اللاعب في هوية الأشخاص الذين يلعب معهم. وفي الغالب، لا يعرف اللاعبون بعضهم البعض جسديا ويلتقون من خلال تجولهم في عوالم اللعبة. وهي تلعب على الإنترنيت والمجموعات هنا كبيرة جدا، تصل أحيانا عدة آلاف من اللاعبين. والأمر يتعلق في الغالب بألعاب الأدوار المسماة ألعاب الأدوار المتعددة اللاعبين بشكل كثيف **Jeux de rôle massivement multijoueurs** وتختصر في عبارة **(Massively multiplayer on line rôle games) MMORG**.

أما الألعاب ضمن المجموعات المغلقة فهي تضع في التنافس أشخاصا أو فرقا معروفون فيما بينهم ويستقبلون بعضهم البعض. ففي القاعات يعرفون أنفسهم جسديا. وفي الإنترنيت لا يتعارف اللاعبون إلا من خلال الشبكة. وتقتصر هذه المجموعات على عشرة لاعبين على أكثر تقدير.

وتتطور الألعاب على الهواتف النقالة أو الأجهزة الشخصية بشكل متسارع. فهي في صيغة اللاعب الواحد وتتشابه مع الألعاب المطورة على عارضة تحكم محمولة مثل **"الغامبوي Gameboy"** والتي تشبه هي نفسها الألعاب على عارضات التحكم **"نينتاندو Nintendo"** و **"سيغا Sega"** التي ظهرت منذ قرابة 20 عاما. والجديد هو في استعمال الهاتف وشبكات لاسلكية من أجل تطوير ألعاب تشبه حركيا مجموعات صغيرة. ويتعلق الأمر ربما بعودة إلكترونية للألعاب الاجتماعية الكلاسيكية، حيث يعوض الهاتف ألعاب الورق.

وفي الأخير نذكر **ألعاب المحترفين Proactifs** التي تستدعي اللاعب عبر الهاتف أو بريده الإلكتروني. **(16)**

ويمثل الشكل التالي تصنيفا للأنواع الرئيسية من الألعاب التي توجد في الأسواق. وبعض هذه الألعاب توجد في عدة أشكال وهي ليست مذكورة سوى ضمن الصنف الذي تتبع له أساسا.



MMORG: ألعاب الأدوار المتعددة اللاعبين بشكل كثيف

الشكل رقم (1) : أنواع ألعاب الفيديو **(17)**

المبحث الثالث : تاريخ ألعاب الفيديو :

يرى **ألان لوديباردار Alain Le Diberder** بأن عالم ألعاب الفيديو مر بست مراحل حتى عام 2003 **(18)**. وتتميز كل مرحلة بتكنولوجية جديدة وبصعود قوي للقطاع وبظاهرة انهيار مع تشكيل مسبق للمرحلة التي تليها. وبدأت المرحلة السابعة عام 2004 أي في السنة التي تلت صدور كتاب لوديباردار.

- المرحلة الأولى : انطلقت في بداية الستينات مع ظهور الألعاب على الكومبيوتر والتي طورها فيزيائيون فقط لتمضية الوقت أو لاستعراض التكنولوجيا.

وتعد ألعاب **"بونغ Pong"** و**"حرب الفضاء Space war"** التي اخترعها فيزيائي ومهندس إلكترونيك ثمار هذه الفترة. ففي بداية الستينات كانت الشروط التقنية والاقتصادية الضرورية لظهور ألعاب الفيديو مجتمعة :

- صناعة ألعاب قوية.
- دخول التلفزيون للكثير من البيوت.
- الممارسة الاجتماعية للألعاب الميكانيكية وألعاب الأقواس في القاعات.
- تطور القدرة الشرائية للأطفال والمراهقين منذ سنوات الخمسينات.
- تطور استعمالات الإعلام الآلي، حيث لم تعد مقتصرة على التسيير أو الحسابات العلمية.

ويعد العنصر التكنولوجي المطلق لهذه المرحلة هو ظهور **"الرقاقة المصغرة Micro Processeur** المسوقة من مؤسسة **"إينتال Intel"** عام 1971. وفي العام الموالي (1972) أسس **نولان بوشنال Nolan Bushnell** أول مؤسسة ألعاب الفيديو **"أتاري Atari"** وأدخل أول لعبة أقواس إلكترونية، **"بونغ Pong"**. وفي أقل من عام باعت أتاري أكثر من 10 آلاف آلة. وفي عام 1976 تم تسويق أول لعبة لا تتيح إلا اللعب بلعبة بونغ، لتشتري مؤسسة **"وارنر Warner"** في ذات العام أتاري مقابل مبلغ 28 مليون دولار.

وقد أدى النجاح الفوري والمعتبر لأتاري إلى تضاعف عارضات التحكم المنافسة.

وفي الوقت الذي كانت فيه مؤسسة **"أبل Apple"** تستعد لإطلاق أجهزة الكومبيوتر **"آبل 2 – Apple 2"**، أدت غزارة المنتجات التي صعب عليها أن تجدد نفسها، إلى إنهاء الدورة الأولى لألعاب الفيديو عام 1977. وسيبقى بوشنال و أتاري الأبطال الرئيسيين للمرحلة الثانية من مسيرة ألعاب الفيديو.

- المرحلة الثانية : تبدأ المرحلة الثانية مع الإعلان عن أول عارضة تحكم متعددة الألعاب وهي **VCS2600** من أتاري والتي تتضمن سلم ألعاب، بأهداف وقواعد جديدة وبالتالي ولدت صناعة نشر الألعاب **(Edition des jeux)**. وتعد اللعبة الرمز في هذه الفترة **"باك مان Pac-man"** التي

اخترعت في اليابان من طرف **تورو إيواتاني Toru Iwatani** لمؤسسة **"نامكو Namco"**. واشترت أتاري إجازة **VCS** التي ستبيع لاحقا 22 مليون عبوة. وفي عام 1982 بلغ رقم أعمال أتاري 323 مليون دولار والأرباح فاقت ال20 مليون دولار. هذه الأرقام التي تثير خيال رجال الأعمال والمضاربين، أدت إلى تضخم في إنتاج الألعاب، معظمها وُصف بالرديء.

وأظهر صعود أجهزة الكومبيوتر وضعف الإبداع، عارضات التحكم وكأنها آلات تجاوزها الزمن. وانهارت المبيعات ابتداء من سنة 1983. وأمام هذه الخسائر التي صارت مهولة، باعت مؤسسة وارنر نشاط عارضة التحكم أتاري لأحد مؤسسي صناعة أجهزة الكومبيوتر **"كومودور Commodore"** وفرع ألعاب الأقواس للمؤسسة اليابانية نامكو.

في هذا الظرف بالذات بدأت الصحافة تعلن نهاية ألعاب الفيديو. لكن في نفس الفترة أعلنت **"نينتاندو Nintendo"** وهي مؤسسة أنشئت في القرن التاسع عشر ومختصة في صناعة الألعاب الورقية وألعاب الجيب والصالات أنها على وشك إطلاق عارضة التحكم **"نيس Nes"** ليسجل دخول اليابانيين في عالم ألعاب الفيديو. وفي ظرف أقل من ثلاثة أشهر أصبحت نيس مدللة اليابانيين. ويعود هذا النجاح إلى ثلاثة أسباب رئيسية : 1. ثمن لا يتجاوز نصف ثمن الألعاب المنافسة، 2. تكنولوجية تسمح لنينتاندو بالسيطرة على الألعاب المطورة على عارضتها للتحكم وبالتالي ضمان النوعية وأسلوب يتلاءم مع فئة 8-10 سنوات، 3. البطل المميز ل نيس وهو **ماريو Mario**، وهو رصاص بشوارب يبدأ مشواره بمصارعة غوريلا مجنونة **"دونكي كونغ Donkey Kong"**. ويعد مصمم هذه اللعبة المختص في الرسومات البيانية **Graphiste**، **شيجيرو مياموتو Shigeru Miyamoto** وجها رائدا في صناعة الخيال بألعاب الفيديو.

- **المرحلة الثالثة :** جرت هذه المرحلة أساسا في أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية مع تطوير أجهزة كمبيوتر عائلية **"كومودور Commodore"** و **"سينكلير Sinclair"** و **"أمستراد Amstrad"**، وفي عام 1986 **"أتاري أس تي Atari ST"** الذي يسجل نقطة الذروة في هذه المرحلة. هذه الألعاب تتيح ممارسة ألعاب جديدة في طبيعتها وفي نوعيتها الرسمية (البيانية) والصوتية. فمعالم كل مستوى مختلفة عن تلك الموجودة في مستوى آخر، وهي تتجدد بالتتابع الجانبي على الشاشة داخل كل مستوى. ويتيح الاصطناع في الوقت الحقيقي تجديدا في الشريط السمعي لم يتم بلوغه من قبل.

وتسمح أجهزة الكومبيوتر هذه أيضا، باكتشاف البرمجة والتقنيات المتعددة الوسائط. فالكثير من المصممين البيانيين **Infographistes** المستقبليين والموسيقيين أظهروا مهاراتهم من خلال ألعاب مثل **"أميغا Amiga"** أو **"أتاري أس تي Atari ST"**.

وانتهت هذه المرحلة بسبب ظاهرتين : تنامي الاستنساخ غير القانوني للألعاب وخصوصا الضعف العائد للخاصية التناسخية لهذه الآلات (كلها متشابهة). فسرعان ما صارت هذه الآلات غير قادرة على المجاراة التقنية والمالية لعارضات التحكم الحقيقية القادمة من اليابان أو أمام أجهزة الكومبيوتر الحقيقية مثل **"بي سي PC"** أو **"آبل Apple"**.

وفي سنة 1989 أوقف كل صانعي هذا النوع من الآلات إنتاجهم وتعرض معظمهم للإفلاس. لكن في اليابان بقيت نينتاندو في أفضل حالاتها واحتكرت تقريبا السوق.

- **المرحلة الرابعة :** تتوافق هذه المرحلة مع الانتصار الياباني المحض الذي تجسده نينتاندو عبر **"سوبرنيس Super Nes"** وكذا لمؤسسة نصفها مملوك من اليابانيين وهي **"سيغا Sega"**، من خلال لعبة **"ميغادرايفر Megadriver"**. وتعد هذه المرحلة أيضا مرحلة تطوير الألعاب عبر أجهزة الإعلام الآلي **PC**، وظهور ألعاب المغامرة والألغاز مثل **"ميست Myst"** أو **"سيفن كويست Seven Quist"**، وكذا ألعاب الأدوار مثل **"فاينل فانتيزي Final Fantasy"**. ومع نهاية هذه المرحلة عام 1995 بدا أن بطل سيغا تفوق على ماريو.

- **المرحلة الخامسة :** وتتوافق هذه المرحلة مع استخدام الألعاب لتقنيات الإعلام المتعدد الوسائط **Multimedia** التي لم تطور خصيصا لهذا الهدف : معالجة الصور الثلاثية الأبعاد في الزمن الحقيقي، الحساب المتوازي مع **"المعالجات المخصوصة Processeurs Dédiés"** واستعمال القرص الضوئي المضغوط **CD-ROM** والألعاب على الشبكات المحلية **LAN** وعلى الإنترنيت.

كما نسجل في هذه المرحلة دخول لاعب جديد في مسرح ألعاب الفيديو وهو **"سوني Sony"** بلعبته **"بلايستايشن Playsation"**. واحتدم في هذه المرحلة الصراع بين سوني ونينتاندو، مما أزال سيغا التي انسحبت من سوق عارضات التحكم. كما ستعرف هذه المرحلة ظهور بطلة ألعاب الفيديو **"لارا كروفت Lara Croft "** التي حققت أرقاما قياسية، وظهور ألعاب بعوالم بيانية **(إيفركويست Everquist** و **أولتيما أونلاين Ultima online)**، وألعاب **أف بي أس FPS** المتعددة اللاعبين وهي ألعاب الحركة المرتكزة على مهارات الرمي بأسلحة متعددة، علما أن الصورة المشاهدة هي محاكاة لما تراه الشخصية التي يتحكم فيها اللاعب. ومن أمثلتها **"دوم Doom"** ثم **"هالف لايف Half Life"**. وتبقى نينتاندو الوحيدة في سوق عارضات التحكم الجيبية وتمثل **"البوكيمونات Les Pokemons"** التي أبدعتها تجسيدا لعالم طفولي جديد.

وتجاوز رقم أعمال ألعاب الفيديو بذلك مبيعات التذاكر في السينما. وفي ظل ازدهار الاقتصاد الجديد ارتفعت أسهم عناوين مؤسسات النشر وحلقت عاليا.

وفي عام 2001 قام المضاربون الذين أخلطوا بين الألعاب والوعود المسبقة بازدهار سوق الإنترنيت بالانسحاب. هذا الانسحاب أدى إلى أزمة غير مسبوقة في عالم ألعاب الفيديو.

- المرحلة السادسة : بدأت المرحلة السادسة بدخول **"ميكروسوفت Microsoft"** والصراع الشرس بين عارضات التحكم : **بي أس2 - PS2** و **غايم كوب Game Cube** و **إيكس بوكس XBOX (19)**.

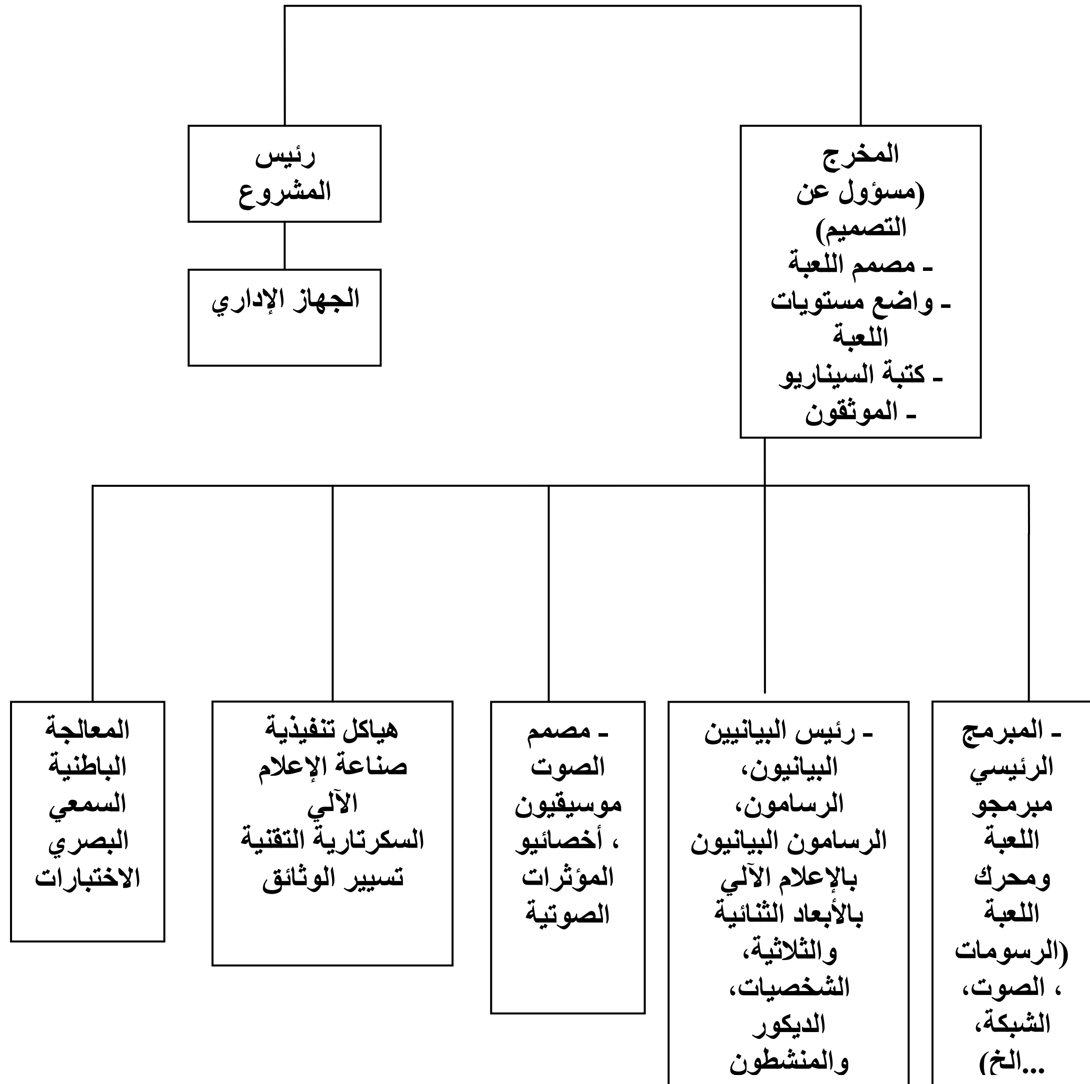
- المرحلة السابعة : من خصائص هذه المرحلة ظهور عارضات التحكم اليدوية المتنقلة من طرف العمالقة الثلاثة. و بدأت هذه المرحلة مع دخول العام 2004 بإصدار جديد كليا أطلقته نينتاندو وهو عبارة عن جهاز تحكم يدوي متنقل **"نينتاندو دي أس Nintendo DS"**. كما أعلنت سوني عن إطلاق جهاز بلايستايشن المتنقل **"PSD"** والذي تم طرحه في الأسواق اليابانية في شهر سبتمبر 2004.

وفي مارس 2005 وصل جهاز سوني "بي أس دي" إلى الأسواق الأمريكية. وعرضت الشركة في المؤتمر العالمي لألعاب الفيديو الذي أقيم في لوس أنجلس في ماي 2005 جهاز **بلايستايشن 3 – Playstation 3"** الذي وصل إلى الأسواق مع بداية عام 2006. كما أطلقت مايكروسوفت خلال النصف الأول من عام 2005 جهازها الجديد **"إيكس بوكس 360 – XBOX 360"(20)**.

المبحث الرابع : مراحل إنجاز لعبة الفيديو :

إن وضع تصور لعبة الفيديو وتجسيدها عملية مطوّلة ومعقدة، إذ يتطلب الأمر ما بين أربعة وثمانية أشخاص لفترة تتراوح ما بين 06 و 08 أشهر وهذا لإنتاج لعبة بسيطة على هاتف نقال أو لعبة الأطفال غامبوي. أما إنتاج لعبة أكبر على جهاز كومبيوتر أو عارضة تحكم، فإنه يستدعي تفرغ فريق بأكمله يضم ما بين أربعين ومائة عضو على الأكثر لمدة ثلاث سنوات.

ويعطي الشكل التالي فكرة عن تنظيم الفرق، علما أن هذا التنظيم يأخذ العديد من الخصائص الموجودة في الإنتاج السمعي البصري، لكنه يمكن أن يختلف بشكل محسوس ما بين أستوديو وآخر وبحسب أهمية المشاريع أيضا.



الشكل رقم (2): المهام المختلفة في صناعة لعبة الفيديو **(20)**

وعلى العموم توجد خمسة أنواع كبرى من الوظائف في صناعة لعبة الفيديو : مصممو اللعبة الذين يحددون عوالم اللعبة وقواعدها ومستوياتها ويكتبون الحوارات. مصممو الرسومات (البيانيون) ومختصو التحريك ومصممو الصوت والموسيقيون والمبرمجون الذين يطورون إما الميكانيزمات القاعدية (محرك اللعبة) أو اللعبة في حد ذاتها وأخيرا مسيرو المشروع.

ويبدأ تصميم اللعبة بكتابة فكرة اللعبة. هذه الفكرة الموجزة تصف نوع اللعبة المنوي إنجازها والزبائن المستهدفون وحوامل اللعبة (عارضات التحكم أو أجهزة الكومبيوتر) والتاريخ المبدئي لتسويق اللعبة.

وتعرض هذه الفكرة على لجنة الإصدار أي الأستوديو، إذا ما كان وراء المشروع أو الناشر في حالة العكس. وإذا ما تم قبول المشروع، تدوم مرحلة التصميم ما بين شهر وثلاثة أشهر وتجمع فريقا صغيرا يتكون من شخصين إلى ثمانية أشخاص. وتسمح هذه الفترة بتحديد كيف ستكون اللعبة، سواء من ناحية الكتابة أو المنظور السمعي بصري. كما تفيد أيضا في إظهار تفردها وفي تقييم الصعوبات التقنية والتخطيط فالإنجاز والتكاليف. وفي الغالب فإن التصميم القابل للعب يتم إنجازه.

مع نهاية هذه المرحلة، يجب على الأستوديو أن يجد تمويلا ماديا للمشروع أو يتخلى عنه. وفي حال إذا ما تم إيجاد التمويل (على الأقل جزئيا)، يتم إنهاء عملية تصميم اللعبة، ويقوم البيانيون وأخصائيو الصوت المبرمجون بصنع الأدوات (الشخصيات والديكور ... الخ) المكونة لعالم اللعبة. ويمكن لعملية الإنتاج أن تدوم ما بين سنتين وثلاثة. فهي تسمح بصنع مختلف مستويات (واضع المستويات) اللعبة من خلال وضع الأدوات في فضاء اللعبة وبناء الألغاز التي يتوجب على اللاعب حلها وتحديد وبرمجة قدرات الخصوم الذين سيواجههم. وتنتهي المراحل بعملية الاعتماد.

وبخلاف الإعلام الآلي "الكلاسيكي" الذي يتبع مخطط تطوير مرتكز على تحديد برنامج ليصمم ثم يخرج ليجرب في الأخير على مختلف المستويات، يعتمد إنجاز لعبة فيديو على التحسينات المتتالية لنموذج.

ولا يمكن تحديد قيمة أي لعبة وفعالية قواعدها من دون تجريبها. فالتحليل على الورق مهما كانت دقته لا يمكّن من اكتشاف النقائص أو الضبط السيئ لمعايير القواعد التي تجعل من اللعبة بسيطة جدا أو صعبة جدا. ولا يمكن تقييم نوعية الصورة أو الصوت إلا بالممارسة. وفي المحصلة يمكن خلال عملية الإنتاج، التخلي عن لعبة إذا ما اعتبر الناشر بأنه ليس لديها الخصائص المطلوبة أو لا تتوافق مع متطلبات السوق.

وتبدأ المرحلة النهائية لعملية اعتماد اللعبة بتقييم خصائصها (**اختبار ألفا – Alpha test**). وقد تؤدي بدورها إلى التخلي عن المشروع. وفي حال العكس، يجرى على اللعبة اختبار الضبط. ثم يتم بعدها تجريب اللعبة من قبل هواة ألعاب الفيديو من أجل إظهار نقائصها، ليتم هنا تسجيل حركات اللاعبين وسير

اللعبة من أجل تصحيح الأخطاء. وتجدر الإشارة بأن الألعاب على عارضات التحكم تتعرض لهذه الاختبارات مرتين : على مستوى الأستوديو وعند الصانع الذي يجب أن يعتمدها قبل إنتاجها. والاختبار بسيط لأن تشكيلة **(Configuration)** عارضة التحكم واحدة بخلاف أجهزة الكومبيوتر التي تتعدد تشكيلاتها. لكن الاختبار الذي يجري لعارضة التحكم يجب أن يكون عالي النوعية، لأنه إلى غاية 2003، كان من المتعذر تعبئة عارضة التحكم بتعديل للعبة عن طريق الإنترنيت، وهو ما يمكن فعله على أجهزة الكومبيوتر. ولهذا السبب فإن الألعاب على عارضات التحكم أفضل نوعية من تلك الألعاب على أجهزة الكومبيوتر **(21)**.

خلاصة الفصل:

يتضح مما سبق أن ألعاب الفيديو صارت صناعة متكاملة، تتطلب تكنولوجية عالية جدا. ويمر إنتاجها عبر عدة محطات معقدة ومتشابكة. ومن ثم فهي لا تقل تعقيدا عن مختلف الصناعات الثقافية والتسلوية كالسينما، بل صارت تفوقها في بعض الأحيان.

وقد منحنا هذا الفصل أدوات هامة تم توظيفها في الإطار التطبيقي، ومن أهمها أدوات التصنيف والتحليل، وأحيانا بعض أدوات التفسير الخاصة بنتائج الجزء الميداني من الدراسة.

الهـوامـــش:

(1)- Mélanie Roustan : **"La pratique du jeu vidéo : réalité et virtualité?"** , L'Harmattan, Paris, 2003, p14.

(2)- Ibid, p14.

(3)- Stéphane Natkin : **"Jeux vidéo et média du XXIè siècle",** Vuibert Informatique, Paris, 2004, P5.

(4)- Ibid, p6.

(5)- Ibid, p6.

(6)- Ibid, p6.

(7)- Sébastien Genvo : **"Introduction aux enjeux artistiques et culturels des jeux vidéo",** L'Harmattan, Paris, 2003, p7.

(8)- Laurent julier : **"Les images de synthèses"**, Nathan université, collection 128, Saint germain (France), 1998, p30.

(9)- Génération jeux vidéo, Canal+ multimédia, emme, 2000.

(10)- Sébastien Genvo, Op.cit, p9.

(11)- < http://www.joystick.fr >

(12)- Alain et Frédéric Le Diberder : **"L'univers des jeux vidéo. La découverte"**, Saint Arnaud Moutron, 1998, pp43-79.

(13)- Gentiane Lenhard : **"Faut-il avoir peur des jeux vidéo?",** ESF édition, Paris, 1999, p53.

* - Doom مأخوذة من العبارة الإنجليزية Doom-Like أو "مثل دوم"، وهي تشير إلى كل ألعاب (Shoot'en up) التي اشتهر السيناريو فيها بشخصية "دوم Doom" التي يتقمصها اللاعب ويحاول من خلالها البقاء في محيط معادي مليء بالأعداء.

(14)- Stéphane Natkin : Op.cit, p7.

(15)- Ibid, p14.

(16)- Ibid, p16.

(17)- Ibid, p16.

(18)- Alain Le Diberder : **"Histoire des jeux vidéo",** Texte (en ligne)
< http://deptinfo.cnan.fr/enseingnement/DESS-Jeux/infoeleves/histoirejeux.pdf,cnam,2003>(Consulté le 12/01/2004)

(19)- دبي هلا محمد حسين : **"سحر الألعاب الإلكترونية"**، مجلة صانعو الحدث، العدد 27، 1 سبتمبر 2005.

(20)- Stéphane Natkin : Op.cit, p25.

(21)- Ibid, pp26-27.

الفصل الثاني : اقتصاديات ألعاب الفيديو

المبحث الأول : السوق العالمي لألعاب الفيديو

المبحث الثاني : الثورة التكنولوجية

المبحث الثالث : ألعاب الفيديو ووسائل الإعلام والاتصال

المبحث الرابع : عمالقة ألعاب الفيديو

المبحث الخامس : ألعاب الفيديو في الجزائر

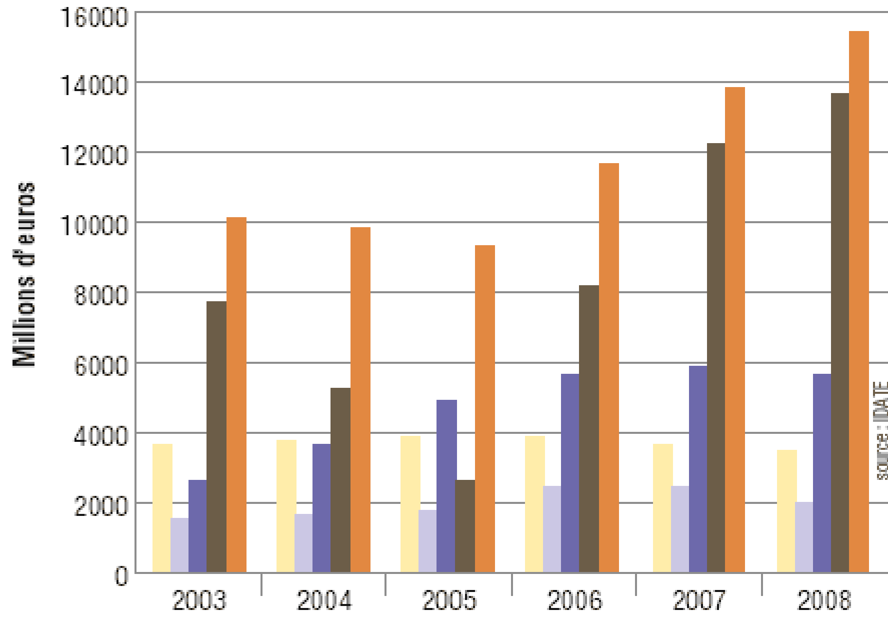
مدخل :

يهدف هذا الفصل إلى إبراز الأبعاد الاقتصادية لألعاب الفيديو على المستوى العالمي والتعريف بمنتجي ومحتكري هذه الصناعة، وسبب هذا الاحتكار، وهو ما سيفيدنا في تحليلنا عن القيم التي تحويها مضامين ألعاب الفيديو. من أجل ذلك سيتم الحديث عن السوق العالمي لألعاب الفيديو وعمالقة هذا السوق ثم علاقة صناعة ألعاب الفيديو بوسائل الإعلام والاتصال المختلفة والثورة التكنولوجية الحاصلة في المجال، وأخيرا واقع ألعاب الفيديو في الجزائر من منظور اقتصادي.

المبحث الأول : السوق العالمي لألعاب الفيديو:

تقدر الاستثمارات التي جرى ضخها في ألعاب الفيديو بأشكالها المختلفة في أنحاء العالم بنحو 30 مليار دولار**(1)**.

و يمكن أن نختصر السوق العالمي لألعاب الفيديو بكل أقسامه في الجدول التالي الذي يظهر التطور من عام 2003 إلى التوقعات التي كانت محتملة حتى نهاية عام 2008.



سوق برامج الكمبيوتر

سوق عارضات التحكم المحمولة

سوق عارضات التحكم في القاعات (تجهيزات)

سوق عارضات التحكم المحمولة (تجهيزات)

سوق برامج عارضات التحكم في القاعات

الشكل رقم (3): السوق العالمي لألعاب الفيديو بأجزائه (مليون أورو) **(2)**

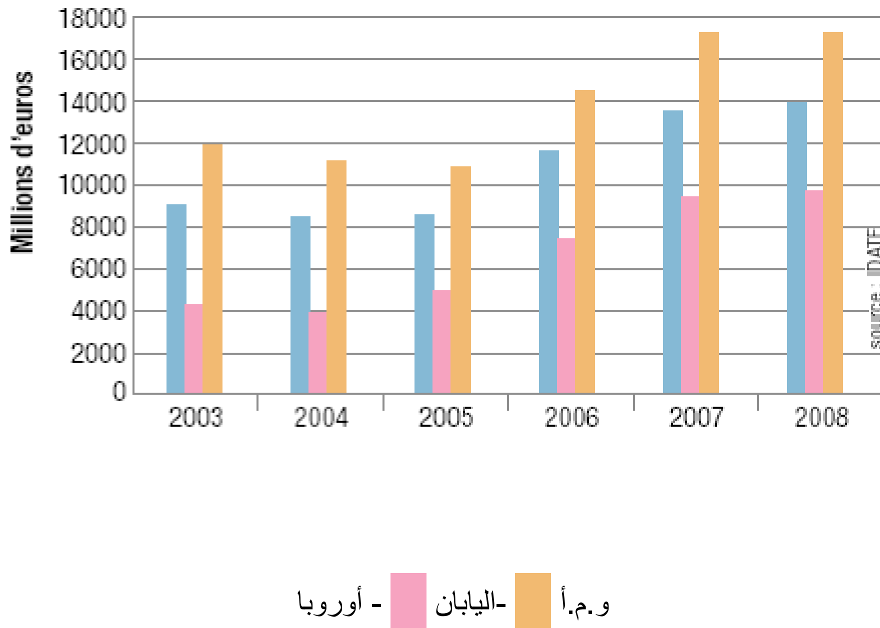
و يتضح من الشكل رقم (4) أن سوق برامج عارضات التحكم في القاعات يأتي في المرتبة الأولى متبوعا بسوق عارضات التحكم في القاعات يليهما سوق برامج عارضات التحكم المحمولة وسوق برامج أجهزة الكمبيوتر ثم سوق عارضات التحكم المحمولة.

غير أن الفجوة التي كانت بين سوق عارضات التحكم في القاعات وسوق برامج عارضات التحكم في القاعات بدأ يضيق شيئا فشيئا رغم أن الهوة كانت كبيرة خاصة في عام 2005. وتشير الأرقام إلى إمكانية الوصول إلى أرقام متطابقة بين هذين السوقين بعد 2008، إلا إذا طرأت مستجدات.

وتشير التوقعات إلى أن سوق عارضات التحكم المحمولة لن يشهد التطور الذي كان منتظرا منه، حيث سيبقى يراوح مكانه رغم الطفرة النسبية التي جرت سنة 2006.

ويظهر الشكل التالي التوزيع الجغرافي للسوق العالمي لألعاب الفيديو:

السوق العالمي لألعاب الفيديو (مليون أورو)



و.م.أ -اليابان - أوروبا

الشكل رقم (4): التوزيع الجغرافي للسوق العالمي لألعاب الفيديو (3)

وتملك الولايات المتحدة الأمريكية أكبر سوق لألعاب الفيديو، حيث بلغت الأرقام المتداولة فيه 12000 مليون أورو عام 2003، لتتراجع قليلا في حدود 11000 مليون أورو عام 2004. وكانت هناك توقعات بأن ينزل الرقم إلى 10700 مليون أورو عام 2006 ثم يصعد إلى 16000 مليون أورو عامي 2007 و 2008.

وتأتي أوروبا في المرتبة الثانية من حيث الإقبال على اقتناء ألعاب الفيديو، حيث بلغت عام 2003 قرابة 9000 مليون أورو لتتراجع قليلا في حدود 8100 مليون أورو عامي 2004 و 2005. وارتفعت الأرقام إلى 13500 مليون أورو عام 2007 و 14000 مليون أورو عام 2008.

وتأتي اليابان في المرتبة الثالثة، إذ بلغت مبيعات ألعاب الفيديو فيها 4100 مليون أورو عام 2003، ثم تراجعت قليلا إلى 4000 مليون أورو عام 2004 لتعود إلى الصعود تدريجيا عام 2005 (5000 مليون أورو) مع توقعات ارتفاع إلى 7500 مليون أورو عام 2006، و 9500 مليون أورو عام 2007 لتبلغ 9800 مليون أورو عام 2008.

المبحث الثاني : الثورة التكنولوجية:

أسهم الجيل الجديد من عارضات التحكم الذي أطلق عام 2006، في النقلة التكنولوجية التي اضطرت المطورين إلى التكيف معها. و قد مر ذلك عبر التعلم السريع على الأدوات الجديدة في التطوير المقدمة من قبل صانعي عارضات التحكم. هذه المرحلة، غالبا ما كانت قليلة التقدير لكن آثارها كانت كبيرة على ميزانية الإنتاج.

غير أن الدعم التكنولوجي وتأثيراته ليست العناصر الوحيدة التي أدخلها مطورو ألعاب الفيديو. فلعبة الفيديو قطاع يعرف موسمية كبيرة في عملية تسويق العناوين وفي دورة حياة الأجهزة. وهذه الظاهرة الأخيرة أخذت شكلا واضحا. فقطاع ألعاب الفيديو يرفع نحو الأعلى من طرف سوق عارضات التحكم وبشكل شبه متوازي من قبل سوق برامج الألعاب على عارضات التحكم.**(4)**

إن دورة حياة عارضة تحكم يقدر ما بين 5 و 6 سنوات. وتحاول مؤسسة **"سوني SONY"** تمديد فترة حياة عارضات التحكم من خلال تطوير عارضاتها من مثل تطوير **"بلايستايشن-Playstation"** إلى **"بلايستايشن وان - PSOne "** و**"بلايستايشن2 - PS2"** إلى **"بلايستايشن إكس- PSX"**. وتسعى المجموعة اليابانية بذلك إلى بيع آخر طبعة من عارضاتها خلال العشر سنوات المقبلة.

و تعمل مؤسسة **"ميكروسوفت – Microsoft"** على اختصار عمر آلاتها من أجل تجاوز منافساتها. لكن قد لا يكون ذلك كافيا لفرض نفسها، خاصة وأن **"سيغا – Sega"** اعتمدت هذه الإستراتيجية وأطلقت عارضات تحكم على هذا الأساس لكنها أعلنت ثلاث سنوات فيما بعد تخليها عن تصنيع عارضات التحكم.**(5)**

إن تصنيع أي عارضة تحكم جديدة يتطلب تشكيلة جديدة من الألعاب، فالعناوين الجديدة تستفيد من التقدم التكنولوجي للآلات. وعند إطلاق عارضة تحكم جديدة يجب توفر من 20 إلى 40 عنوانا. والعرض يزداد تدريجيا. ولا يمكن اعتبار أن تشكيلة ما ثرية إلا بعد 18 شهرا من تسويق عارضة التحكم. وبمجرد بلوغ الآلة سنتها الخامسة من الاستغلال يتراجع مستوى مبيعات البرامج طالما أن اللاعبين يتوقعون إطلاق عارضات تحكم جديدة.

إن تطور سوق برامج الألعاب على عارضات التحكم يحدث بفارق 6 إلى 12 شهرا من وضع الآلات في الأسواق. من جهة أخرى فإن نمو سوق برامج عارضات التحكم أطول مقارنة بسوق التجهيزات.

ويتحمل الناشرون والمطورون طور الآلات، لذا يتوجب عليهم التكيف مع متطلبات سوق يزداد تنافسية على مستوى الإبداع والنشر: نوعية المنتوجات وآجال التسليم وتكلفة المنتوج وتفوق الإجازات وتصاعد ميزانيات التسويق ... الخ. إن القفزات التكنولوجية تتطلب من الفاعلين في سلسلة القيمة تكييف أدواتهم في الإنتاج وهيكل التوزيع عندهم... . وقد فشل الكثير من الفاعلين في التكيف مما أدى إلى إفلاسهم، أو شرائهم من طرف الناجحين في المجال. و كانت سنة 2002 هي الأكثر سوء في المجال فقد سجلت 52 حركة، توقف أكثر من نصفها عن النشاط.

ويعرف سوق برنامج لعبة الفيديو على أجهزة الكمبيوتر نموا ضئيلا ومنتظما. وسيواصل نموه في السنوات المقبلة، لأن جهاز الكمبيوتر الشخصي يبقى حاملا ضروريا لممارسة بعض أنواع ألعاب الفيديو على غرار الألعاب المتعددة اللاعبين بشكل كثيف (حتى وإن تم إيجاد عارضات تحكم تتيحها)، وألعاب الإستراتيجية في الزمن الحقيقي التي تتطلب لوحة رقن، إلى آخره من الألعاب.

غير أن عارضات التحكم تفرض نفسها بشكل متصاعد كأفضل حامل للألعاب في البيت، بما في ذلك عند اللاعبين الذين يملكون أجهزة كمبيوتر. ومن ثم يمكن توقع ارتفاع مبيعات عارضات التحكم واحتلالها جزء معتبرا من ميزانيات التسلية لدى العائلات في أكبر الأسواق العالمية للألعاب الفيديو (الولايات المتحدة الأمريكية و اليابان و أوروبا)، على حساب التسليات الأخرى أو ألعاب الفيديو على أجهزة الكمبيوتر. **(6)**

المبحث الثالث : ألعاب الفيديو ووسائل الإعلام والاتصال المختلفة:

أ. ألعاب الفيديو والهواتف المحمولة:

يعد سوق الألعاب على الهواتف المحمولة بوضوح سوق المستقبل مثلما تدل عليه مختلف الاستثمارات التي قام بها كبار الناشرين العالميين.

وقد أظهرت دراسة قامت بها **"جي. أف. كا GfK"**(7) وجود تشكيلة واسعة (عدة آلاف من العناوين) وهي في تزايد مستمر. كما أن تنوع أصناف ألعاب الفيديو المتاحة هي في تزايد مستمر مما أدى إلى اتجاه عمالقة ألعاب الفيديو إلى هذا النوع من الحوامل.

وتظهر التحليلات التي قامت بها "جي. أف. كا" بأن هنالك أنواعا معينة هي الأكثر انتشارا مقارنة ببقية العناوين:

. ألعاب الرياضة

. الألعاب الكلاسيكية

. ألعاب التقمص

. ألعاب المجتمع

وبالمقارنة مع ألعاب الفيديو التقليدية يتضح وجود فارق كبير. على سبيل المثال ألعاب الأدوار لا تبدو ملائمة للهواتف الحمولة، في حين هي الألعاب الأكثر مبيعا لأجهزة الكمبيوتر. وتمثل ألعاب **"كازوال غايمس Casual Games"** نوعا خاصا بسوق الألعاب على الهواتف المحمولة: وهي عبارة عن ألعاب بسيطة يمكن ممارستها بسرعة وفي مختلف الوضعيات اليومية. وتعد لعبة **"تيتريس Tetris"** النموذج الرمز والأكثر انتشارا في أوروبا مثلا، لكن توجد ألعاب أخرى على غرار ألعاب **البليياردو ميستري (مونسيون Mystery Mansion** ، و **بينبول Pinball** ، و **جي. تي. إي. بينبول، GTI Pinball** و **"3 دي بول 3D Pool")** ألعاب كسر الأحجار (مثل: **بورك بريكر دولوكس Bloc Breaker Deluxe)** أو **ألعاب البولينغ (ميدنايت بولينغ Midnight Bowling)** ...الخ.

وتعد ألعاب الأبعاد الثلاثة من طرف المختصين ذات مؤشرات تطور كبيرة و كذلك الألعاب على الإنترنيت. ويعتبر هذا السوق أكثر تطورا في آسيا وأمريكا الشمالية مقارنة بأوروبا التي لديها مؤهلات تطور هامة.

غير أن الهواتف المحمولة لا تتوفر كلها على إمكانية الوصل بالإنترنيت وتجهيزاتها لا تتيح بالضرورة إدخال ألعاب فيها، لكن تدريجيا تتوسع حظيرة الهواتف النقالة القابلة لإدخال ألعاب فيها. ويتم

إدخال هذه الألعاب عادة بواسطة بوابات الإنترنيت لمتعاملي الهاتف النقال حتى وإن تزايدت مؤخرا بوابات موجهة خصيصا لألعاب في أوروبا.

إن إطلاق لعبة على الهواتف النقالة يتطلب تكييف هذه الألعاب على مختلف أنواع الهواتف المحمولة الموجودة والتي لا توفر نفس الخصائص التقنية (العرض وأزرار التحكم... إلخ). لذلك فإن عدد أنواع الألعاب يقدر بالمئات، لكن يبقى أن أسعار البيع للمستهلكين في المتناول. **(8)**

ب. ألعاب الفيديو والتلفزيون:

تشكل ألعاب الفيديو والتلفزيون ثنائيا ناجحا. وفعاليتهما لا تضاهى عندما يربطان بعارضة تحكم. غير أن العلاقة الموجودة بينهما لا تتوقف عند هذا الحد، حيث توجد ثلاثة أوجه أخرى وهي:

- اقتحام التلفزيون لمجال ألعاب الفيديو تمر بالخصوص في عملية تطوير الإجازات وإطلاق ألعاب فيديو ذات شخصيات وعوالم مستمدة من المسلسلات التلفزيونية.
- اتحاد لعبة الفيديو مع التلفزيون يظهر من خلال إطلاق قنوات تلفزيونية أو برامج وحصص موجهة خصيصا لألعاب الفيديو.
- أخير، ومنذ 1998، استطاع الفاعلون في مجال نشر وإنتاج برامج التسلية للشاشة الصغيرة التكيف مع مشكلات أجهزة التشفير الخاصة بالتلفزيون الرقمي واقتراح خدمات سمعية بصرية تسلوية موجهة للألعاب تعرف تجاوبا من الجمهور. **(9)**

ج. ألعاب الفيديو والإنترنيت:

إن محاولات الناشرين لاقتحام الإنترنيت ليست كبيرة جدا والسبب لا يتمثل في أن الانترنيت ليست مهمة ولكن لأن انفجار الشبكة العنكبوتية أدى بمختلف الفاعلين إلى التريث. فالنشاطات الغير مثمرة تم التخلي عنها من طرف الناشرين. لكن في السنتين الأخيرتين عاد الاهتمام بهذه التقنية. ويمكن تسجيل الملاحظات التالية على النشاط في هذا المجال:

- تطوير بوابات بمثابة واجهات للناشرين من أجل عرض وتسويق مجموع التشكيلة.
- تطوير العناوين القابلة للعب على الخط. بداية على أجهزة الكمبيوتر ثم على عارضات التحكم الموصولة بالإنترنيت.
- تحميل عارضات التحكم بعناوين ناجحة قابلة للعب على الخط بجهاز الكمبيوتر.
- توفير عناوين قديمة قابلة للعب على الخط بالمجان.
- تسيير بوابة الألعاب على الخط باقتراح الألعاب المتعددة اللاعبين بكثافة

(jeux massivement multijoueurs) أو الألعاب السريعة أو الخدمات التجارية عبر الخط ... .

- تطوير ونشر وتوزيع وتسيير الألعاب المتعددة اللاعبين بكثافة. **(10)**

ويوضح الجدول التالي عدد المشتركين في مواقع اللعب على الخط (الإنترنيت) في العالم:

الجدول رقم (11): عدد المشتركين في مختلف مواقع اللعب على الخط (الإنترنيت) **(11)**:

الألعاب على الخط في العالم					
الأعوام	1999	2000	2001	2002	2003
عدد المشتركين	1345000	2650000	4167000	4797000	6713000

يظهر الجدول رقم (11) أن عدد المشتركين في مختلف مواقع اللعب على الخط في تزايد مستمر منذ عام 1999، وكان يتزايد بمعدل يقارب ال100 بالمائة، ليصل عام 2003 إلى خمسة أضعاف العدد الذي كان في عام 1999.

المبحث الرابع : عمالقة ألعاب الفيديو:

أ. في عارضات التحكم:

بلغت حظيرة عارضات التحكم في القاعات من آخر طراز نهاية عام 2003 قرابة 97.64 مليون وحدة. وتعد **"سوني Sony"** الفائز بحرب عارضات التحكم من نوع 128 بيتس، بفضل خيارات موفقة في مجال التشغيل وإدخال التقنيات الموحدة من مثل ال**"دي.في.دي DVD"**. وتملك المؤسسة اليابانية 70 بالمائة من السوق العالمية. وترتكز حرب عارضات التحكم على التكنولوجية، تعدد وظائف الآلات وتشكيلة الألعاب إضافة إلى عملية التسويق وتوزيع الحصص.

الجدول (12): توزيع حظيرة عارضات التحكم في القاعات من نوع 128 بيتس إلى غاية 31 ديسمبر 2003: **(12)**

	ميكروسوفت إيكس بوكس (Microsoft (Xbox	نينتاندو غايمكوب) Nintendo (GameCube	سوني بلايستايشن2 (Sony PS2)
نسب عدد عارضات التحكم المسوقة	%13.70	%13.94	%70.00

ويتوقع المختصون أن يتم توسيع وظائف هذه الآلات كوسائل متعددة الوسائط للعائلات. فمن أجل توسيع حظيرتها، يجب على عارضات التحكم أن تجلب اهتمام كل العائلة، حيث يجب أن تستقطب اهتمام الأب والأم والأخ الصغير أو الأخت الصغيرة من أجل تحقيق رغبات الجميع وتسهيل عملية اتخاذ قرار الشراء. كذلك من الضروري إتاحة إمكانية الربط بشبكة الإنترنيت. فهذه الوظيفة تتيح عملية التسوق عبر الخط أو الاشتراك في اللعب على الخط. كما أن هنالك أفقا واسعة مفتوحة في مجال السينما والموسيقى والصورة الرقمية.

و في المحصلة فإن الجيل الجديد من عارضات التحكم يمكن أن يكون بوابة نحو التكنولوجيات الجديدة لكل مستعملي التسلية بالفيديو **"vidéo ludique"** أو الأجهزة السمعية البصرية في المنزل، لتجسد عملية الدمج بين مختلف المحتويات مع فرص نجاح كبيرة لتعوض أجهزة الكمبيوتر بقية التجهيزات المعقدة.

وتعد نينتاندو الرائد العالمي في مجال عارضات التحكم المحمولة، ولا يعرف لحد الساعة منافسين حقيقيين. ففي مارس 2003 بلغت حظيرة **"غامبوي أدفانس GameBoy Advance"** (آخر عارضة تحكم محمولة أطلقتها) 45 مليون وحدة. غير أن هيمنة "نينتاندو" يمكن أن تتأثر بالآلات الجديدة ل"سوني" التي بوسعها أن تقرأ أقراص الفيديو والموسيقى. فبتسويق هذه الآلات تسعى "سوني" إلى مس كل شرائح اللاعبين.

غير أن "نينتاندو" لم تبق مكتوفة الأيدي وأطلقت بدورها آلات جديدة تحوي عدة وظائف إضافية.

ب. في مجال النشر:

تهيمن مؤسسة **"إلكترونيك آرتس Electronic Arts"** على بقية ناشري ألعاب الفيديو من ناحية رقم الألعاب والنتائج المحصل عليها. فقد بلغ رقم أعمالها (2.5 مليار دولار عام 2003 وقرابة 3 مليار دولار عام 2004) وهو ما يمثل ربع المداخيل الإجمالية للناشرين العشرين الأوائل عالميا. وقد تطور بنسبة 40 بالمائة مقارنة بعام 2002.

وبرقم أعمال يقدر بمليار دولار عام 2003، تعد مؤسسة **"تايك تو Take Two"** ثاني أكبر ناشر مستقل في العالم. ويبلغ الفارق في رقم الأعمال بين الشركتين 1.5 مليار دولار. **(13)**

المبحث الخامس : ألعاب الفيديو في الجزائر :

لا وجود لمعطيات دقيقة عن سوق ألعاب الفيديو في الجزائر، سواء ما تعلق بعارضات التحكم أو ببرامج اللعب، لعدم وجود سوق رسمي له، علما أن الملاحظة الظاهرية تعطي انطباعا بكثرة ممارسي ألعاب الفيديو.

ومن المؤشرات التي توحي بكثرة ممارسي ألعاب الفيديو، وجود معطيات عن ممارسين افتراضيين لهذه الألعاب من خلال انتشار الحوامل الوارد استخدامها بغرض اللعب، من مثل أجهزة الكومبيوتر والهواتف النقالة والتي تزايد استخدامها بشكل مطرد في السنوات القليلة الماضية.

ولا يمتلك المركز الوطني لحقوق التأليف ولا حتى الديوان الوطني للإحصاء أرقاما عن عدد مستخدمي ألعاب الفيديو ولا حتى عدد قاعات اللعب أو قاعات الإنترنيت الرسمية، بالنظر إلى تعدد مصادر تزويد هذه الأخيرة بوسائل الربط.

ويبرر المركز الوطني لحقوق التأليف غياب معطيات عن سوق ألعاب الفيديو، إلى عدم وجود وكلاء أو ممثلين رسميين للمؤسسات المنتجة لألعاب الفيديو (عارضات تحكم وبرامج اللعب).

غير أن هناك معطيات قليلة عن نشاط الاستيراد الرسمي لأجهزة اللعب، تم الحصول عليها من الجمارك الوطنية.

وفيما يلي جدول يبرز تطور استيراد ألعاب الفيديو منذ 2004 إلى غاية نهاية 2007، علما أن المعطيات المحصل عليها لا تظهر بدقة طبيعة ألعاب الفيديو المستوردة إن كانت عبارة عن برامج اللعب أو عارضات تحكم الجيب أو شخصية أو عارضات قاعات الألعاب.

الجدول رقم (13) : تطور استيراد ألعاب الفيديو في الجزائر من 2004 إلى نهاية 2007 **(14)**

السنة	عدد الوحدات	القيمة بالدينار	القيمة بالدولار
2004	465463	97276830	1350076
2005	472952	84225819	1147916
2006	529969	84812144	1162243
2007	833190	120184726	1732465
المجموع	2301574	386499519	5392700

يظهر الجدول رقم (13)، أن استيراد ألعاب الفيديو تزايد بشكل مطرد منذ 2004 إلى غاية نهاية 2007، إلى أن وصل التزايد قرابة ال50 بالمائة في ظرف أربع سنوات. و كانت النقلة النوعية في عام 2007، عندما تزايد الاستيراد ليصل إلى أكثر من 303221 وحدة في ظرف عام واحد فقط.

غير أن العدد الكبير للقطع المستوردة لا يتوافق نظريا مع القيمة المالية التي خصصت لاستيراد هذه القطع. فمجموع 574 301 2 قطعة يقابلها مبلغ 700 392 5 دولار، وهو ما يعني معدل لا يزيد عن الدولارين والنصف لكل قطعة.

ويجد الأمر تسفيره في تداخل الأرقام المعطاة وعدم تمييزها الدقيق بين أنواع ألعاب الفيديو، فمنها ما يعد برامج اللعبة و عارضات تحكم للجيب (غامبوي)، وأخرى فردية وأخرى للقاعات. ضف إلى ذلك، يمكن أن يعطي مصدر هذه الألعاب تفسيرا آخر لعدم توافق عدد الوحدات مع القيمة المالية المخصصة للاستيراد، خصوصا وأن التأكد من نوعية هذه الألعاب ومن كونها غير مقلدة، غير ممكن في ظل عدم وجود ممثلي المؤسسات المنتجة بالجزائر ليقدموا شكاوى عن مواد مقلدة.

الجدول رقم (14) : مصادر ألعاب الفيديو المستوردة من الجزائر من 2004 إلى نهاية 2007 **(15)**

السنة / البلد	2004	2005	2006	2007	المجموع
الصين	406652	449057	525435	826300	2207444
الإمارات	23577	5412	3735	4742	37466
هونغ كونغ	4590	17601	00	00	22191
اليابان	354	01	00	500	855
ماليزيا	750	00	00	00	750
تايلاند	01	00	00	20	21
إسبانيا	859	539	799	1608	3805
فرنسا	28680	290	00	15	28985
إيطاليا	00	23	00	00	23
الاتحاد الأوربي	00	27	00	00	27
بريطانيا	00	00	00	01	1
تركيا	00	02	00	00	02
و.م.أ	00	00	00	04	4
المجموع	465463	472952	529969	833190	2301574

يظهر الجدول رقم (14) أن الصين تأتي في مقدمة الدول التي تستورد منها ألعاب الفيديو، حيث تمثل صادراتها إلى الجزائر من ألعاب الفيديو 95.91 بالمائة من مجموع الألعاب المستوردة، لتأتي الإمارات العربية المتحدة في المركز الثاني بنسبة 1.63 بالمائة، علما أنها لا تصنع هذه المواد بل تستوردها هي بدورها من دول شرق آسيا. وتتقاسم الدول الأخرى بقية عدد ألعاب الفيديو المستوردة منها، وفي مقدمتها فرنسا وإسبانيا وهونغ كونغ.

ويلاحظ أن الأسعار المطبقة في الجزائر زهيدة جدا مقارنة بتلك المطبقة في الدول الأوروبية أو في الولايات المتحدة الأمريكية أو في دول شرق آسيا.

ويعود ذلك بالدرجة الأولى إلى عملية الاستنساخ التي تتم بشكل واسع جدا، وهو ما ينعكس على نوعية هذه الألعاب وثمنها أيضا.

وفي ما يلي نماذج عن الأسعار المطبقة في الجزائر لألعاب الفيديو مقارنة بالدول الأوروبية، بناء على معطيات جمعها الباحث من الميدان وقارنها بالأسعار التي اطلع عليها على شبكة الإنترنيت:

الجدول رقم (15): مقارنة بين نماذج من أسعار ألعاب الفيديو وبعض عارضات التحكم بين أوروبا والجزائر

اللعبة/عارضة التحكم	معدل السعر في أوروبا	معدل السعر في محلات جزائرية	معدل السعر في السوق السوداء الجزائرية
برنامج لعبة فيديو	2000 دج	200 دج	40 دج
بلايستايشن1	5000 دج	3000 دج	1000 دج
بلايستاشن2	20000 دج	12000 دج	5000 دج
بلايستايشن3	40000 دج	30000 دج	20000 دج

يتضح من الجدول رقم (15) أن الأسعار المطبقة في الجزائر أقل بكثير من نظيراتها في أوروبا، والسبب يعود بالدرجة الأولى إلى طغيان المواد المقلدة في الجزائر، سواء تعلق الأمر ببرامج ألعاب الفيديو والتي يتم استنساخها أو تحميلها من شبكة الإنترنيت أو عارضات التحكم التي تستورد من دول شرق آسيا وخصوصا الصين. وفي غياب ممثلين رسميين للمؤسسات المنتجة لهاته المواد لا يمكن للمؤسسات الرسمية محاربة الظاهرة بشكل فعال.

خلاصة الفصل :

تمثل ألعاب الفيديو صناعة مزدهرة، تتطور بشكل مطرد إلى الحد الذي صارت تنافس فيه صناعات عريقة ومتجذرة في المجتمعات المتقدمة من مثل صناعة السينما. ويعود الفضل في ذلك بالدرجة الأولى إلى التطور المستمر للتكنولوجيات التي لا تتوقف عن تحسين نوعية ألعاب الفيديو ومفاجأة المستهلك. غير أن هذه الصناعة تبقى محتكرة من طرف شركات بعينها تستحوذ على حصة الأسد من هذا السوق.

الــــهــــوامـــش:

(1). هلا محمد محسن: (سحر الألعاب الإلكترونية)، مجلة صانعو الحدث العدد 27 /1 سبتمبر 2005 مقال مستخرج في ماي 2006 من الموقع التالي على شبكة الإنترنيت.

http://www.jamejamonline.ir/showarb.asp?n=134780&t=arb

(2). Rapport de l'Institut de l'audiovisuel et des télécommunications en Europe (IDATE), 30 octobre 2005.

(3). Wikipedia, **(jeux vidéo)**, texte (En ligne) <http://Wikipédia.com> (consulté le 27/12/2008).

(4). Thomas Justino : **(Les enjeux de la maîtrise de la chaîne logistique dans l'industrie des jeux vidéo)**, Texte (en ligne) **http://www.afjv.com/press0602/060228_dossier_enjeux_logistique_jeux_video.htm** (Consulté le 07/07/2006).

(5). Bruce Sterling Woodcock : **(Jeux vidéo: vers les consoles nouvelle génération!)** Texte (en ligne)

http://www.afjv.com/press0407/040702_jeux_video_etude.htm#2 (Consulté le 13/10/2005).

(6). Ibid

(7). GFK (Growth From Knowledge): وهو مجمع دولي مختص في دراسة وتحليل سوق الاتصالات اللاسلكية.

(8). Growth from knowledge : **(Le téléphone mobile, maître des jeux)**, Texte (en ligne) : **http://www.afjv.com/press0605/060515_etude_jeux_video_telephone_mobile.htm** (Consulté le 07/07/2006).

(9) . Bruce Sterling Woodcock, Op.cit.

(10). Ibid.

(11). Guillaume Grallet, Jean-Sébastien Stehli : **(Jeux vidéo Nous allons tous craquer)**, L'Express du 24/11/2005.

(12). Rapport de IDATE, Op.cit.

(13). Bruce Sterling Woodcock, Op.cit.

(14). إحصائيات الجمارك الوطنية، فيفري 2008.

(15). نفس المرجع.

الفـصل الثـالـث : تصميم عوالم ألعاب الـفـيديو

المبحث الأول : عالم اللعبة

المبحث الثاني : تدرج صعوبات اللعبة

المبحث الثالث : أساليب الانغماس

المبحث الرابع : قواعد اللعبة

مدخل :

إن لعبة الفيديو ليست قصة خطية، طالما أن الهدف الأساسي للاعب هي أن يشعر بأنه فاعل في هذه القصة والتمتع بحرية كبيرة في الحركة. والفائدة المرجوة من اللعبة يتمركز أيضا من تتابع آليات التوتر الدرامي وحل الصراعات التي تكون كلاسيكية في الكتابة الخطية، لكن صعبة في عالم تفاعلي لا يمكن فيه للكاتب مراقبة مدة الحركات. من جهة أخرى أخرى، تخضع اللعبة لمتطلبات تجارية كبيرة : فالمدة الضرورية من أجل الوصول إلى النهاية مثلا يجب أن تكون محددة (باستثناء ألعاب معينة).

مبدئيا يجب على اللاعب المبتدئ أن يقضي أقل من 100 ساعة من أجل الانتهاء بينما يقضي اللاعب المتمرس ما بين 10 و 50 ساعة من أجل ذلك. لذا يجب منح اللاعب مفاتيح النجاح، مع إعطائه الإحساس باكتشاف ذلك لوحده.

ولأن مصمم اللاعب يجد نفسه أمام جملة من الاحتياطات الواجب مراعاتها، فقد أدى ذلك إلى تطوير طريقة في الكتابة مميزة جدا تستفيد من الأشكال الخطية الكلاسيكية، ومن تصميم ألعاب المجتمع و مبادئ التفاعل المطورة من أخصائيي الإعلام الآلي.

وهنا سنستعرض هذا المخطط بالتطرق إلى أربعة أبعاد : عالم اللعبة **(Game design)**- تدرج صعوبات اللعبة **(Level design)**- أساليب الانغماس **(Techniques d’immersion)** – قواعد اللعبة **(Game play)**.

المبحث الأول : عالم اللعبة (Game design) :

اللعبة قبل كل شيء هي عالم تخيلي لا يمكن التوصل إليه ولا تصميمه بالاعتماد على المنوال الخطي للقصة. لذا فإن المرحلة الأولى من أي تصميم تتمثل في تخيل ووصف كل "أصناف الأشياء" التي توجد في هذا العالم.

ومفهوم الشيء هو بالمعني المعلوماتي (الإعلام الآلي) للكلمة. فما يعد شيئا هو كل ما يمكنه أن ينتج أو يتسبب في حركة لها تأثيرها على سير اللعبة. فالباب في ديكور ما يمكن أن تكون أو لا تكون شيئا في اللعبة. فإذا ما أمكن فتحها فهي شيء وإذا ما كانت مجرد عنصر في الديكور، فهي غير موجودة على هذا الأساس، ولا تعد سوى رسم على الحائط. و صنفٌ ما من الأشياء يتكون من كل الأشياء التي تملك نفس الخصائص الحسية والحركية. والخصائص الحسية تتكون من التمثيلات البصرية للشيء، وللأصوات المرفقة بها. و الخصائص الحركية هي من جهة حركات يمكن أن تكون منتجة من طرف الشيء ومن جهة أخرى هي تلك التي لها أثر على هذا الشيء. فالتنين يمكن أن يطير، وأن يزمجر ويقذف النار ويأكل البطل. ويمكن امتطاؤه وجرحه وقتله.

و يمكن تحديد ثلاثة أصناف كبرى للأشياء : مكونات العالم و أشياء تصنع الأجواء وأدوات الإخراج. أما المكونات فهي الأشياء التي تعد على هذا النحو من قبل اللاعب مثل الشخصيات و الحيوانات والمناظر والبناءات والأسلحة و الوحوش ... الخ. ويمكن للمصمم أن يتخيل أشياء تساهم في أجواء اللعبة. فعلي سبيل المثال إذا ما كان عالم اللعبة يضم أجواء في النهار وفي الليل وطقسا وفصولا ستحدد طبيعة الإنارة وضوضاء المحيط، لا بد من توقع أصناف متوافقة وتحديد كيفية تطورها. أخيرا على المصمم أن يتخيل الأشياء الضرورية للإخراج : الكاميرات و أجهزة التقاط الصوت الافتراضية التي ستحدد إحساسات اللاعب والحدود الموضوعة لتنقل اللاعب والكاميرات. وتتيح الكثير من الألعاب الثلاثية الأبعاد للاعب من النظر إما عن طريق رؤية شخصية اللعبة **"Avatar"** أو عن طريق كاميرا موضوعة عادة فوق وخلف الشخصية بقليل. بالمقابل من الضروري أحيانا فرض كاميرا ونقاط رؤية في بعض المواقف، وهو ما يسمح بتتابع بين النشاطات اللاتفاعلية والتي تكون نقطة تموضع الكاميرا فيها محددة، وبين مراحل اللعب بعينها. ويتيح ذلك أيضا إثارة انتباه اللاعب لتفصيل مهم تحسبا لما هو آتي.**(1)**

وعادة ما يتم في الألعاب تحديد كل الأشياء قبل أي سرد. لكن هنالك من الألعاب ما يتم الكشف عن عوالمها والأشياء المكونة لها من خلال عملية السرد على غرار ما هو حاصل مع العديد من القصص الأدبية والسمعية البصرية التي هي عبارة عن عالم قبل أن تكون قصة، كما هو الحال مع لعبة **(ملك الخواتم مثلا)** التي يتم الكشف فيها للقارئ عن عالم اللعبة في إطار السرد. هذا الأساس في القراءة هو عادة مبدأ في الكتابة. فحتى وإن كان الكاتب قد تخيل منذ البداية المكونات الأساسية لعالمه فإنه يطور التفاصيل من أجل جعل المجموع متناسقا وذو مصداقية من خلال بناء القصة. وهذا يعد طبيعيا طالما أنه

يؤطر "الصورة والصوت" للقارئ المتفرج. هذا الأخير لن يتعرف سوى على الأماكن والفترات التي اختارها الكاتب ووفق الزاوية والإنارة وعلاقة صورة/صوت المحددة من قبل الكاتب.

ومصمم الألعاب لا يمكنه، وحتى وإن كان اللاعب لا يملك ضمن ألعابه سوى حرية قليلة، العمل على هذا النحو، إذ هو ملزم بتسليم نتائج هذه المرحلة من العمل إلى بقية الأقسام المصنّعة للعبة والذين سيضعون لبنات هذا العالم : مصممو المستويات ، والمصمممون البيانيون و المنشطون من أجل البعد المرئي وتقنيات تحريك الشخصيات والديكور، ومهندسو الصوت للأصوات المصاحبة للأشياء والأحداث الممكنة، وأخيرا المبرمجون الذين سيحولون إلى لغة معلوماتية كل الحركات والسلوكيات الممكنة.

على هذا الأساس فإن المصمم ليس هو سيد مجرى اللعبة وحركات الكاميرات ...الخ. والسرد، إن كان موجودا، فهو ينتج لاحقا من طرف مصمم المستويات الذي يترك بدوره للاعب إمكانية لاتخاذ القرار أو على الأقل التحرك. والشيء يجب أن يفكر فيه حتى يتسنى استخدامه من طرف مصمم المستويات ويُرى من اللاعب في عدد كبير من الوضعيات ومن زوايا رؤيا متعددة وغير محددة مسبقا**(2)**.

وهنا يمكن إعطاء مثالين بسيطين لأثر هذا الأسلوب من التصميم.

تصمم الشخصية في مجلة الرسوم أو في فيلم تحريك (رسوم متحركة) حتى تُرى بطريقة معينة. على سبيل المثال أذني ميكي ماوس ينظر تشاهد دائما بشكل مُواجهي. بالمقابل، مصمم البيانات الثلاثية الأبعاد يعمل كنحات، حيث يتوجب عليه تصميم شخصية يمكن رؤيتها من كل الزوايا مما يعقد بشكل كبير مهمة انتقاء العناصر البيانية المعبرة.

وفي الفيلم، يكون الصوت عموما والموسيقى بالخصوص مرتبطين بالسيناريو وهما عنصرين دراميين أساسيين**(3)**. وليست هناك إلزامية لربط موسيقى بشيء أو بمكان. لكنها بالمقابل الطريقة الأكثر طبيعية لتسيير الأصوات في لعبة الفيديو. فهناك أصوات خاصة يتم ربطها بكل قطعة من الديكور وحلقة موسيقية لكل مكان. وفي كل مرة يدخل فيها اللاعب إلى الغرفة، يعالج الضجيج في الزمن الحقيقي بحسب الأصوات الافتراضية للغرفة وعادة ما يسمع اللاعب نفس الموسيقى.

و يُشار هنا إلى أن إدخال عناصر درامية في هذا السياق يعد مشكلا معقدا من زاوية الكتابة، إذ من الصعب قياس الحدة الدرامية وكيف تبنى موسيقى وبشكل أعم نصا مرهونا بهذه العناصر ويحتفظ بتجانس ؟. كما أنه يطرح مشاكل تقنية أيضا.

الفارق بين طريقتي الكتابة هذه يمكن أن ينظر إليه باعتبار أن حيز اللعب هي أدوات تركيب تستخدم في عالم السمعي البصري الكلاسيكي و في عالم اللعب.

إن آلة التركيب في الفيديو، مثل **"ريندروار Renderware"** على سبيل المثال، هي أساسا عبارة عن جدول يتيح وضع الأشياء مقارنة بالأخرى في زمن العناصر البصرية والسمعية، وتحديد نقاط التزامن والانتقالات بين العناصر**(4)**.

إن بعض آلات تركيب الألعاب تظهر وكأنها خريطة وديكورات. فهي أدوات تسمح بالوصول إلى مكتبة من الأشياء. والمصمم يختار ويضع أشياء في الديكور من مثل باب أو زر. ويمكن أن يكون لهذه الأشياء طابعا غير تفاعلي محدد مسبقا. و قد سمح برنامج تحريك ثلاثي الأبعاد من صنع تحريك للدخول وتحريك لغلق الباب من خلال إصدار صوت كئيب في كل حالة. كما تم توقع الضغط على الزر. و يملك المصمم، من جهة أخرى، مكتبة من البرامج التي تحدد سلوكيات تفاعلية للأشياء. على سبيل المثال، عندما يضغط اللاعب على الزر، يصدر زر الشيء "زر مضغوط"، وعندما تتلقى الباب رسالة "فتح"، تُفتح. ويتوجب على مصمم اللعبة التمييز بين الرسالتين مما يسمح بفتح الباب عند ضغط الزر.

وهنا لا وجود لزمن واضح وآخر ضمني : فالتأليف عبارة عن علاقة في الفضاء وهي منطقية بين الأشياء. ويظهر ما يلي كيف يسير السرد في الفضاء. فللمعلوماتيين خاصية في الكتابة تسمى "تصميم موجه للأشياء". ويملك بعض الفنانين في النحت و النقاشين وبعض المهندسين المعماريين أسلوبا في التصميم قريبا من هذا. لكن يمكن أن نعتبر أنها، في مجال السرد، مقاربة تجديدية، خصوصا وأن هذه الطريقة تم ضبط قواعدها وأدت إلى ميلاد أدوات تأليف متفردة.

ومن الضروري الإشارة إلى وجود أدوات تحتل مكانة وسيطة، ومن أشهرها برنامج **"دايركتور Director"** من مؤسسة **"ماكروميديا Macromedia"**. و تستعمل هذه الأدوات أساسا في تصميم الأقراص المضغوطة و مواقع الإنترنيت. هذه الأدوات المشتقة من أدوات تركيب الفيديو تحافظ على مبدأ الخط الزمني لإظهار مختلف العناصر. لكن ضمن هذا التقديم، تكون الأزمنة مرتبطة بمختلف الحركات الجارية والأحداث الحاصلة من طرف المشاهد. والزمن غير مسجل على المطلق ولكن بحسب ترقيم مرئي بتتابع أعمدة في مركز الزمن. ويتيح برنامج معلوماتي بسيط من برمجة سيناريو تفاعلي. فعلى سبيل المثال، في الزمن ن (العمود ن في أعمدة الزمن) وعند تصرف أحد الأشياء، يمكن إشراك التعليمة : "إذا ما ضغط اللاعب على الشيء، فإنه ينتقل إلى الزمن كـ أو يواصل في الزمن ن+1".

حتى وإن كان ممكنا استخدام برنامج **"ريندروار Renderware"** من أجل برمجة على شكل نص سينمائي والقيام بتصميم على شكل تفاعلي للأشياء بواسطة "دايركتور Director"، تظهر تجهيزات هذه الأدوات الثلاثة ثلاث رؤى مختلفة في الكتابة. ففي حالة التركيب بالفيديو، البنية هي زمنية محضة وفي كل مرحلة ينظم المركب عموما فضاء التلقي لدى المشاهد وهي تدعى بالسرد الخطي. أما الأسلوب الطبيعي لنظام "دايركتور Director" فيقوم برؤية شاملة لكل مشهد و بناء سيناريو لديه عدة احتمالات ممكنة بحسب حركات المشاهد. وتسمى هذه الطريقة في السرد ب"النص السينمائي القريب من الخطي". أما بواسطة "ريندروار Renderware" القصة لم تعد مكتوبة. وما يظهره المركب هو بمثابة علاقات بين الأشياء في عالم اللعبة، ويعد البطل المسير من اللاعب أحد هذه الأشياء. ومن أجل إدخال السرد يستخدم مصمم المستويات مقاربة أخرى .

و مع أن الكثير من ألعاب المغامرات تتبنى نظام "النص السينمائي القريب من الخطي"، تعد المقاربة بالأشياء الأكثر تفردا والواعدة أكثر. وفي الألعاب على الخط، هي الوحيدة الممكنة. كما أنها تفتح إمكانية خلق أشياء تتطور حركاتها وأشكال في التلقي وفي السرد تتوالد.

المبحث الثاني : تدرج صعوبات اللعبة (Level design):

إن تصميم المستويات المتتابعة للعبة **(Level design)** هي المرحلة الثانية من الكتابة. والمستوى هو إحدى حلقات المغامرة التفاعلية للاعب، التي لابد من المرور عليها (عموما). والمستوى مرتبط بهدف، صريح أو ضمني، لابد من بلوغه من أجل التمكن من المرور إلى المستوى الموالي. وفي الألعاب التي تمارس بشكل فردي وبشكل خاص في ألعاب المغامرات، يعد العنصر الأكثر بروزا في السيناريو. وباتباع المعجم المتخصص لـ **"غوارديولا Guardiola"**(5)، يتكون المستوى من مجموع أهداف. وبلوغ هدف يتطلب فهم المسعى، التعرف على العقبات وحلها. ولا تملك الأهداف تراتبية معينة عموما ويمكن للاعب أن يسعى نحو عدة أهداف في آن واحد. غير أن منطقية قواعد اللعبة، ومسار التعلم الذي يقود اللاعب إلى حل عقبات تزداد تعقيدا ومن ثم إمكانية خلق آلية سرد للتوتر يجب أن تقود اللاعب إلى سلوك متوقع في الفضاء والزمن. لكن من الضروري إعطائه الإحساس بالحرية.

وفي هذه المرحلة من التصميم يأتي مفهوم "المتاهة" ليكون بمثابة أداة للكتابة. على العموم، ينطلق المصمم من تجسيد للفضاء يدور فيه المستوى. ويضع من ثم مجموعة أشياء ستحدد تتابع الأهداف التي ستقود اللاعب إلى إنهاء المستوى.

فعلى سبل المثال في لعبة **(مصر 3 – Egypte 3)**(6) تم وضع الوحش الذي يجب التغلب عليه في نهاية المستوى. فتغلق بذلك باب رواق يؤدي إلى الوحش. من أجل تجاوز هذه الباب لابد من مفتاح ومن أجل قتل الوحش من الضروري الحصول على سيف ومشروب الحياة. والمفتاح مخبأ داخل جرة يحرسها شريران. ولا يمكن الوصول إلى هذا الهدف المرحلي إلا بالحصول على المال، والمال يُحصل عليه من خلال قتل صغار الوحش المخبأة في الديكور، وهكذا دواليك.

يتضح مما سبق أن نقطة دخول المستوى ومخطط تتابع الأهداف والذي ليس محدد الترتيب بالضرورة لكن مرتبط بمنطقية الألغاز، تضبط مسارا يحافظ على التوتر الدرامي ليؤول إلى "نهاية سعيدة"، عندما يقضي اللاعب على الوحش ويختم المستوى. ويشار هنا إلى أن اللاعب لا يعرف الطريق الصحيح والبحث عن هذا الطريق ومفاتيح الألغاز التي تعترضه يعد فضاء حريته. ولكن بما أنه ملزم بإنهاء المستوى في زمن مقبول، ابتكر مصمم اللعبة حدودا تقلص التيهان. ويتعلق الأمر بإشارات لفظية أو مكتوبة أو سمعية (ضجيج) تحدد الأهداف الواجب بلوغها أو الوسائل التي تتيح الحصول على شيء مفيد لبقية المشوار.

وغالبا ما يتم ضبط هذه المساعدة من خلال خريطة ضرورية يجب أن تتوافر لدى كل لاعب قبل خوض غمار اللعب.

والشيء الذي يعد جديدا في هذه الكتابة هو أن النص مرتكز على الفضاء وليس على الزمن وخطية النص مرتبطة بإرادة اللاعب في حل المستوى ومن ثم إتباع مسار "فعال" مقترح عليه.

لكن يبقى أن الاختلافات بين أنواع الألعاب، تحدد اختلافات في استخدام الوسيلة المساعدة. ففي ألعاب الحركة مثلا توجد سيناريوهات شبه ثابتة من خلال تتابع الأهداف ولا تكون المهمات محدودة في الزمن وبالتالي بوسع اللاعب أن يأخذ الوقت الكافي لتحقيق مبتغاه. لكن من الناحية العملية هو يمتلك خريطة حيوية تظهر له أقصر الطرق نحو العقبات وكيفية تجاوزها ومن مصلحته أن يتبعها.

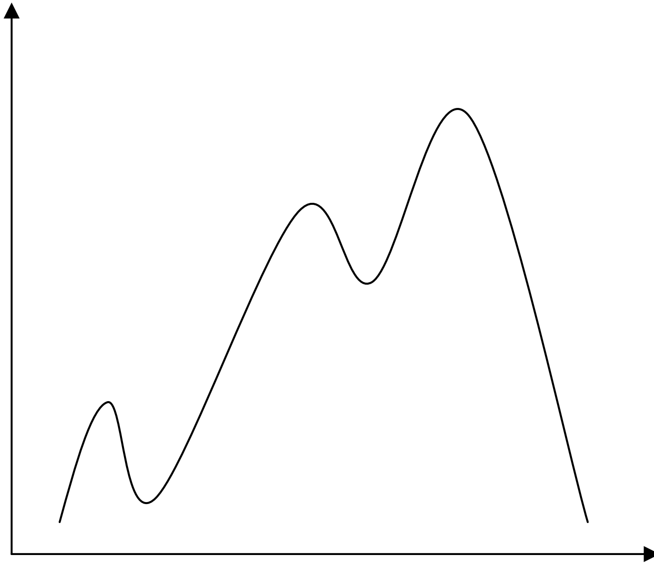
بالمقابل فإن ألعاب الإستراتيجية التي ترتكز أساسا على نوعية الرسوم الثلاثية الأبعاد على اللاعب أن يطور أسلوبا معينا لمواجهة خصومه وتجاوز العقبات، علما أن التعقيدات تزداد بمرور الوقت والمراحل وتقتضي تسييرا ذكيا للأدوات والمكتسبات. على هذا الأساس فإن ألعاب الإستراتيجية مبنية على مسار يتم فيه التدرج في التعلم لمواجهة مختلف المراحل المتصاعدة التعقيد، ويملك اللاعب هنا حرية كبيرة في تسيير موارده. وتجدر الإشارة هنا إلى أن هذا النوع من الألعاب عادة ما يقتضي الحصول على المساعدة المقترحة من خلال استخدام الإنترنيت.

أما في ألعاب المحاكاة الواقعية وتحديدا في ألعاب السيارات، تترك هذه الألعاب الحرية للاعب في اختيار بطله وفريقه ومساره ونوعية السباق الذي ينوي القيام به واستراتيجيات السباقات. لكن بمجرد أن يبدأ السباق ليس على اللاعب سوى اتباع المسلك بأقصى سرعة ممكنة وبتفادي العقبات(7).

المبحث الثالث : أساليب الانغماس (Techniques d’immersion) :

إن إحدى الخصائص الأساسية لأي لعبة هي إحساس اللاعب بالانغماس، مما يدفعه إلى استخدام أداة اللعب لديه لساعات. ويرتكز الإحساس بالانغماس، تخطيطيا، على التحكم في السرد وعلى الإدراك وعلى الأهمية اللعبية للقواعد.

ومن الممكن المزاوجة بين هذه الأبعاد الثلاثة بتقريب القواعد الكلاسيكية للسيناريو وقواعد بناء لعبة المجتمع أو رياضة ما. ويتمثل المبدأ في تكييف ديناميكي للمؤثرات الصوتية والبصرية وتعقيدات الأهداف بناء على قياس صعوبات اللاعب في مستوى معين.



الشكل رقم (05) : منحنى التوتر لسيناريو كلاسيكي (قصة – مسرحية – قطعة موسيقية) **(8)**

وهذا ما يسمح بتطوير توترات قريبة من الذروة في سيناريو خطي. وكمثال بسيط على ذلك وهو كثير الاستعمال، يتمثل في إقحام أعداء بشكل مستمر في معركة يفوز فيها اللاعب وتصعيد التوتر الموسيقي بناء على عدد ضربات السيف إلى غاية نهاية القائد. وننتقل بعدها وجراء ذلك إلى سيناريو أهدأ.

لكن حتى وإن كانت هذه التقنية مهمة وتستحق العديد من أعمال البحث، تستند معظم ألعاب الانغماس على تقنيات أخرى. ولفهم ذلك، نستعرض تحليلا اقترحه **كلود بايبلي Claude Baiblé(9).** يرى **بايبلي** أن التحكم السردي يستند على قواعد تم تحليلها مطولا في إطار الرواية والكتابة الموسيقية والسينما. فجلب انتباه المشاهد يتم عبر تتابع التوترات والاسترخاء النفسي المقترح. ففي إطار سينمائي مثلا، يستند هذا على إمكانية السيطرة المطلقة لكرونولوجيا النص وسلبية جسدية للمشاهد مما يرفع

تركيزه. ويتيح هذا تنويعا سريعا للتوترات النفسية مشترك مع تحفيز للذاكرة العاطفية. المشاهد لا يعيش فيلما، ولكنه يعيش من خلال الفيلم تتابعا للأحاسيس التي احتفظت بها ذاكرته والتي يتم إثارتها من خلال السيناريو. في الحياة الواقعية، عندما نكون غاضبين لابد من مرحلة لا تقل عن عشر دقائق من أجل أن نهدأ ونمر إلى مرحلة إحساسية أخرى. وعند الاستماع إلى موسيقى أثناء فيلم، يمكننا خلال أقل من ساعة أن نمر عبر العشرات من الحالات الوجدانية الشديدة التنوع.

إن لعبة الفيديو لا تدخل مبدئيا ضمن هذا المخطط النفسي-الإدراكي، لأن اللاعب يعد مشركا في العملية السردية، من خلال قرارات متخذة وأيضا من خلال الفعل الحركي. حتى وإن كانت الخصائص البيانية والسمعية لعالم ما تملك قوة إزاحة هامة، لا يتبع تطور التوترات النفسية وتيرة قصة ولكن وتيرة القرارات ونجاحات وإخفاقات اللاعب، مثلما هو حاصل في "الحياة الواقعية". وهذا ما يفسر الشعور بالملل من مراقبة لاعب أثناء اللعب.

وهنا نضرب مثالا عن إحدى ألعاب الفيديو الناجحة من ناحية خلق الشعور بالانغماس وهي لعبة **فاينل فانتيزي Final Fantasy** * التي يخوض فيها اللاعب في وقت معين سلسلة من المعارك ضد مخلوقات متعددة. هذه المعارك متبوعة بسلسلة قرارات إستراتيجية تسمح بالرفع من قدرات البطل، بناء على نتائج المعارك السابقة. بالنسبة للاعب جيد، نهاية كل معركة محددة تقريبا بشكل مسبق عند بداية المواجهة : إذا ما لعب بشكل صحيح ولم يته كثيرا في منطقة خطرة، فهو يعلم بأنه سيفوز. وإلا يتوجب عليه الفرار بأقصى سرعة. مشهد من هذا النوع يمكن أن يمتد أكثر من ساعة. والأجواء البيانية والسمعية حاضرة هي نفسها. وعندما يتابع المشاهد الغير مشارك الديكور والشخصيات ويسمع الموسيقى، لن يمكنه الاهتمام باللعبة إلا إذا ما قيّم إستراتيجية اللاعب. ورغم المظاهر السمعية البصرية للعبة، فإن المشاهد السلبي أقرب إلى تأمل لعبة شطرنج من حصة تلفزيونية.

غير أن مصممي اللعبة يمكنهم اللعب على ميكانيزمات التوتر الملاحظة في الحياة اليومية. ففي مثال ضمن لعبة أخرى **بلاك أند وايت Black and White** يمثل فيها اللاعب بطلا مستعدا لمساعدة كل من يحتاج إلى ذلك في الجزيرة. فتبدأ القصة بأن يطلب أحدهم منه خدمة (إنقاذ أشخاص ما في خطر مثلا)، فيعمل على ذلك، لكن مع مرور الوقت وحتى قبل أن يتم مهمته الأولى يطلب منه شخص آخر مساعدة من نوع آخر، وهو لا يستطيع ردها وبالتالي تتكاثر المهمات بالنسبة إليه فيزداد التوتر. وهنا يحتاج إلى تدوين مهماته وتعطى له الفرصة لذلك من خلال قائمة سحرية تتضمن كل المهمات ودرجة التقدم في حلها. ولا يستعمل مصمم اللعبة هنا الذاكرة العاطفية ولكن ذاكرة التوترات اليومية لجعل اللاعب منغمسا : فالبطل لا يمكنه أن يترك الناس يعانون كثيرا. وهذا الإحساس بضرورة الإسراع يزداد من خلال تسريع الوقت بحيث أن يوما ما يمر خلال بضع دقائق وذلك من خلال إظهار غروب وشروق الشمس.

هذه الآلية نفسية محضة وليست نابعة من اللعبة : اللاعب يملك عمليا كل الوقت الذي يرغب فيه من أجل إنهاء كل مهمة ويمكنه معالجتها بشكل منفصل. ويكتفي الكومبيوتر هنا بقياس درجة خبرته وقدرته لاتخاذ قرار بالمرور إلى المستوى الموالي. لكن بمجرد أن يبدأ اللاعب في أخذ كل وقته يظهر له مخلوق صغير يذكره بأن لديه مهمات يجب أن يستعجل في حلها.

المبحث الرابع : قواعد اللعبة (Game play) :

تعد قواعد اللعبة بمثابة عامل الانغماس الذي يميز الألعاب عن الأشكال السردية الكلاسيكية. الفقرة السابقة قد توحي بأن أهمية أي لعبة تكمن في دقة القواعد. لكن في الواقع، الأمر غير ذلك تماما. صحيح أن لعبا جيدا هو عادة "سلسلة من القرارات الصائبة"، لكن الأمر هنا يتعلق باهتمام اللاعب في صراع ثنائي فريد مع الآلة : نادرا ما يمارس لاعبٌ اللعب مجددا مع لعبة أنهاها كلية. وهذا ما يميز ألعاب الفيديو التي تمارس بشكل فردي عن الألعاب التي تمارس بشكل جماعي ويقربها من القراءة أو من استئجار أشرطة فيديو أو أقراص مضغوطة.

وسيتم الاهتمام في هذا المبحث، بالألعاب التي تمارس بشكل فردي فقط والتي يواجه فيها اللاعب الآلة. وقواعد اللعبة عبارة عن جملة أهداف قصيرة المدى وأهداف كبرى بعيدة المدى تُسطر للاعب. هذه الأهداف بنوعيها مرتبة على شكل مستويات صعوبة. ومن الضروري تحديد طبيعة العقبات والخيارات التي تتيح الالتفاف على هذه العقبات من خلال التمييز، بحسب الأهداف، الخيارات الإستراتيجية والخيارات التكتيكية، وبضبط القواعد بالنسبة للاعب والقواعد بالنسبة للآلة. أخيرا هناك عنصر أساسي في إطار وضع قواعد اللعبة يتمثل في الطريقة التي يكشف عنها للاعب.

هناك بعض القواعد البسيطة من الضروري أن تتوافر في أي قواعد للعبة ويفصلها **رولينز Rollins (10)** على النحو التالي :

- الخيار يجب أن يكون مهما ومن ثم يتضمن بعدا إيجابيا وآخر سلبيا: الخيار الحقيقي، مثلما هو حاصل في الحياة، يترك إحساسا بالندم. وبالتالي فإن لعبة جيدة لا يجب أن تكون بها إستراتيجية تكون رابحة دوما أو خاسرة دوما. لذا لابد من استخدام خيارات متعددة النتائج مثلما هو الحال مع لعبة (الورقة – المقص – الحجر). فاحتمال أن يكون خيار ما مربحا هو واحد من أصل اثنين. ومن ثم فإن الخيارات **(أ)** و **(ب)** و **(ج)** هي متعددة النتائج، حيث أنه حتى في حالة إذا ما كان **(أ)** أفضل من **(ب)** و **(ب)** أفضل من **(ج)** فهذا لا يعني بالضرورة أن **(أ)** أفضل من **(ج)**. ومن الضروري إقحام أشياء مقابلة على المستوى القصير والمتوسط والطويل لكل قرار. على سبيل المثال، عدد الأشياء التي يمكن لبطل اللعبة أن يستخدمها محدودة : أخذ مدفع بدل مسدس يمكن أن يؤدي إلى عواقب سلبية في المراحل التي تتطلب الجري. وأحيانا يمكن لقطعة ورق صغيرة أن تظهر بأنها غير مفيدة، لكن من الممكن أن تكون الحل للألغاز القادمة... الخ.
- من الضروري أن تكون القاعدة عادلة : يتوجب أن يحظى بفرصة استباق عقبة والالتفاف عليها، حتى إذا ما فشل فسيكون ذلك بسبب خطئه هو. ففي بعض الألعاب التي لقيت انتقادات،

لا يتم التنبيه إلى وجود عقبة ما وهنا سرعان ما يخسر اللاعب، لأنه يواجه الآلة التي هي الخصم والحكم في آن واحد.

- ضرورة أن يفوز اللاعب : في المحصلة من الضروري دفع اللاعب إلى الفوز ويكون ذلك من خلال تزويده بالمساعدة بشكل متتابع لتجاوز العقبات من دون خسارة الإحساس باللعب.

إن هذه النقاط المختلفة لا تمثل سوى أشكال لمبدأ أكثر عمومية. و قواعد اللعبة على العموم بسيطة جدا، لكن ما يضفي عليها طابع الصعوبة والتعقيد، هو أنها غير معروفة بالنسبة للاعب. فالدليل الذي نادرا ما يتم الاطلاع عليه، يتضمن وصفا تخطيطيّا للعالم. واللاعب ينطلق في مغامرة ويكتشف أعداء وفخاخا واستراتيجيات في مخطط تعلم مراقب يعطيه إحساسا بالتجاوز ضروري لخلق أهمية للعبة. و يصبح اللاعب أقوى ويفهم أكثر فأكثر العالم المعادي الذي يحيط به ويتغلب على وحوش تتزايد ضخامتها وألغاز تزداد تعقيدا. ويلبس مع مرور الوقت ثوب بطل اللعبة. لكن في حقيقة الأمر كل هذا ليس سوى خدعة كبيرة : فمصمم اللعبة أخفى القواعد ويعدلها بشكل ديناميكي بناء على تقدم اللاعب، وفي بعض الحالات، بناء على قياس فعاليته. فإذا ما كان كثير الخسارة، يقوم بتزويده بمساعدة من أجل إخراجه من مأزقه. وعندما يتغلب على كل الوحوش بركلة قدم أو بأي حركة سحرية، ترسل اللعبة له وحوشا تقاوم هذه الإستراتيجية. وهذا ما سيدفعه إلى إيجاد صيغة جديدة من الضربات من أجل الفوز. وسيخرج من اللعبة وهو أكبر وبتقدير كبير لذاته.

و للتأكد من مسألة أن قواعد اللعبة ترتكز على هذا المبدأ وأن بناء الأهداف والمستويات يتبع منطقا بسيطا ولكن غير معروف، يكفي قراءة الكتيبات التي تعطي حلولا للعبة. الأمر لا يتعلق بقواعد أو استراتيجيات وإنما دليل استخدام. فتقرأ مثلا في إحداها : خذ شيئا معينا، لا تنسى أن تأخذ الشيء الآخر، أقتل الوحوش التي على اليمين ثم انتقل إلى الجزيرة ... إلخ. و يمكن أن نعتبر أن هذا الدليل هو كشف لسرد خطي تم تخيله من قبل مصمم اللعبة.

وبالعودة إلى تصنيف ألعاب الفيديو الذي تم إيراده في الفصل الثاني، يمكن إثبات هذا التحليل لقواعد اللعبة.

يمكن بسهولة تمييز الألعاب المرتكزة على قواعد والتي يسميها **جول جاسبر Juul Jasper** ب"ألعاب الانغماس"**(11)** والتي تكمن أهميتها في تعقيدات الروابط فيها، وتلك التي تعتمد على قصة أو ما تسمى بـ "الألعاب التطورية" والتي تكون العقبات فيها (ألغاز، مراحل الحركة) مقدمة بشكل متتابع. ويقترح **جول** من أجل التمييز لعبة انغماسية عن لعبة تطورية، بالاطلاع على دليل اللعبة. فإذا كان هذا الدليل على شكل قواعد عامة : "من أجل التغلب على الوحوش ذات الأذناب الثلاثة اضغط مرتين على الرأس ومرة واحدة على إحدى الذنبات" فهذه لعبة انغماسية. أما إذا كان الدليل على شكل قاعدة سياقية :

"عند الدخول إلى الغرفة الثانية للقصر تفادى الوحوش ذات الذنبات الثلاثة واسلك الباب على اليسار"، فإنها لعبة تطورية. إذا الدليل هو إعادة تركيب لقواعد اللعبة على النحو الذي تخيله مصمم اللعبة.

حتى وإن كانت هذه الفكرة جوهرية بناء على مفهوم قواعد اللعبة ومن ثم أهمية اللعبة، إلا أنها قابلة للنقاش. فالألعاب الأكثر انغماسا هي الألعاب التي تسمى بألعاب المُربكة (Puzzle). لعبة الفيديو الأصلية التي ليست لعبة مربكة لا تقارن بالشطرنج ولا حتى بألعاب الصبر. وهناك أسباب عديدة لذلك. فقد تطرقنا سابقا إلى أن اللعبة عادة ما تمارس مجددا. من جهة أخرى تصميم لعبة مثل الشطرنج تطلب عدة قرون والنتائج المدهشة لأجهزة الكومبيوتر كلاعبين للشطرنج ناتجة عن أربعين عاما من الأبحاث. بالمقابل، لا تفوق مدة إنتاج لعبة فيديو العامين وعمرها الافتراضي هو أقل من عام واحد فقط.

وألعاب الإستراتيجية يجب أن تكون منطقيا انغماسية. لكن ذلك ليس صحيحا دائما. فتعقيدات إستراتيجيات اللاعب مرتبطة بجهله للقواعد وليس لتعقيداتها.

ومن الناحية العملية، ألعاب الانغماس الأصلية هي ألعاب الحركة. فهذه الألعاب مرتكزة على تعلم لردود الأفعال، مما يقتضي وجود قواعد وآليات غير متغيرة كثيرا خلال مجرى اللعب.

إن المعيار الجيد لتمييز لعبة تطورية عن لعبة انغماسية يكمن في قدرتها على أن تمارس بشكل جماعي وتنافسي، لأن الكمبيوتر يستبدل في هذه الحالة بلاعب بشري. وفي هذه الحالة، يجب أن تكون القواعد معروفة لدى كل اللاعبين. فكل ألعاب القتال والرمي المعروفة تتفق مع هذا المعيار. وبعض ألعاب الإستراتيجية هي ألعاب تماثلية تمارس في الشبكة، وكل قواعدها معروفة. واللاعبون الممتازون في هذا النوع من الألعاب يفضلون اللعب على الشبكة بدل مواجهة الكمبيوتر.

المعيار الآخر للحكم على الطبيعة الانغماسية للعبة هو في إذا ما كان مآلها ومدتها محددة مسبقا أم لا. فالكثير من الألعاب المسوقة تستجيب لهذا المعيار (مدة اللعبة) والذي يتم تقديره من طرف الصحافة المتخصصة. وعلى النقيض من ذلك، يمكن لبعض ألعاب الإستراتيجية وألعاب الحركة أن تعاد ممارستها بدون حدود حقيقية، إما لأن هدف اللعبة غير محدد وإما لأنه يقدم على شكل تتابع للجولات بدون نهاية عامة. فعلى سبيل المثال تقترح لعبة **سيم سيتي Sim City** إستراتيجية للتسيير الحضري ليس لها هدف معين. فما معنى أن تكون "رئيس بلدية جيد"؟ حيث يمكن لكل لاعب أن يعطي تفسيره الخاص لهذا الهدف.

ضف إلى ذلك أنه يمكن مواجهة الكومبيوتر إلى ما لا نهاية في جولات القتال للعبة مثل **"تيكين Tekken"(13)** طالما أن اللاعب لم ينهزم ولا يعرف الوسيلة للتغلب على الكومبيوتر في كل مرة. والألعاب ذات الهدف والمدة المحددة مسبقا تملك بالتأكيد طابعا أكثر تطورية وأقل انغماسا من الأخرى. وينبغي الإشارة إلى أن الألعاب المتعددة اللاعبين بشكل مستمر، تمارس على الإنترنيت بدون حدود للزمن وبدون هدف واضح. وهذا ما يسمح بربط المعيارين السابقين.

ويؤكد بحث حديث عن الذكاء الاصطناعي أنجزه **بيتر سبرونك Peter Spronck** في عام 2003 **(14)** هذا التحليل الخاص بسهولة قواعد اللعبة. فقد طور **سبرونك** نظام تعلم سهل نسبيا يستخدم مجموعة من قواعد اللعبة يمكن أن يأخذ بها اللاعب من أجل بناء إستراتيجية والفوز في وضعية معينة. وباللعب لعدد معين من المرات نفس الوضعية المؤدية إلى فوز أو خسارة، يصنف النظام القواعد بناء على فعاليتها. إذا فهو يلعب مبدئيا، لكن بإستراتيجية احتمالية، القواعد الأفضل ترتيبا. بناء على ذلك تم تجريب مواجهة بين منظومة التعلم التي تعوض اللاعب وإستراتيجية الكومبيوتر بشكل انفرادي. وبعد 30 جولة، نجحت منظومة التعلم في التغلب على جهاز الكومبيوتر في كل المرات. بناء على ذلك يمكن للاعب غير متمرس أن يتعلم نفس الشيء بشكل أسرع. ومن ثم يمكن الاستنتاج بأن إستراتيجيات أي لعبة في وضعية معينة لا تنطلق من افتراض أن يواجه اللاعب نفس الوضعية لعدد كبير من المرات (أقل من 30 مرة)، ومن ثم ينتقل إلى وضعية أخرى تستدعي تعلما جديدا.

وتتيح دراسة أخرى قام بها **جول جاسبر** في عام 2004 تبسيط مبدأ انغماس مرتبط بقواعد اللعبة : "في أي لحظة من اللعب، خلق اللعب مجموعة من الأساليب ومن القواعد الإستراتيجية التي تخيلها والتي يطبقها (مفكرة اللاعب). وكفاءة أي لعبة جيدة تكمن في قدرتها على وضع اللاعب دائما في تحدٍ، مما يدفعه دوما إلى إيجاد إستراتيجيات جديدة انطلاقا من تلك الموجودة في مفكرته. أما اللعبة السيئة فهي التي إما لا تسمح للاعب بتطوير مفكرته، و إما أنه يمتلك إستراتيجية مهيمنة (تفوز في كل مرة) ومن ثم لا يحتاج إلى تحسين مفكرته"**(15)**.

بناء على كل ما قيل سابقا، يؤكد المتخصصون أن غالبية الألعاب التي تمارس بشكل فردي تضم قواعد للعبة بسيطة جدا ولكن مخفية.

خلاصة الفصل :

يتضح مما تم استعراضه في هذا الفصل أن الخصوصية التفاعلية للعبة الفيديو تدفع إلى تطوير طريقة في الكتابة مميزة جدا تستفيد من الأشكال الخطية الكلاسيكية، ومن تصميم ألعاب المجتمع و مبادئ التفاعل المطورة من أخصائيي الإعلام الآلي.

وقد منحنا هذا الفصل أدوات مهمة جدا في تفسير الخيارات المنتهجة من طرف مصممي هذه الألعاب في الجزء التحليلي من الدراسة، وكذلك أدوات لتفسير نتائج الجزء الميداني.

الــهـوامــش :

(1)- Stéphane Natkin : **"Jeux vidéo et média du XXIè siècle",** Vuibert Informatique, Paris, P32.

(2)- Ibid, p33.

(3)- M. Chion**: "Un art sonore : le cinéma – histoire, esthétique et poétique",** Les cahiers du cinéma, paris, 2003.

(4)- Laurent julier : **"Les images de synthèses"**, Nathan université, collection 128, Saint germain (France), 1998, p30.

(5)- Guardiola E **: "Ecrire pour le jeu"**, Dixit, Paris, 2000, p37.

(6)- لعبة مصر 3 – 3 Egypte من إنتاج دريمكاتشر Dreamcatcher، 2004.

(7)- Stéphane Natkin, op.cit, pp 39-40.

(8)- Ibid, p41.

(9)- Claude Baiblé : **"La perception et l'attention modifiées par les dispositifs du cinéma"**, Thèse de docteur d'université, université de paris VIII, 1999.

* **فاينل فانتيزي Final Fantasy**، لعبة من إنتاج نينتاندو عام 2004.

(10)- Rollins a., Morris D : **"Game Architecture and design"**, 2nd ed, New Riders, Indianapolis, 2003, p44.

(11)- Jasper Juul : **(The open and the closed : Game of emergence and game**

of Progression), dans : **"Computer game and digital cultures conference proceedings"**, Tampere University Press, 2002.

(12)- سيم سيتي Sim City : لعبة تصنف ضمن ألعاب الإستراتيجية قائمة على التسيير الحضري لمدينة، أنتجتها مؤسسة ؟؟؟؟ عام ؟؟؟؟ .

(13)- "تيكين Tekken": لعبة تصنف ضمن ألعاب القتال من إنتاج مؤسسة نامكو. صدر أول عدد منها عام 1997.

(14)- Peter Spronck : **(Online adaptation of game opponent AI in simulation and in practice)**, actes du congrès GameOn, Londres, octobre 2003, prix des jeunes chercheurs, Imagina 2004.

(11)- Jasper Juul : **(Working with player's repertoire)**, Prix des jeunes chercheurs, , Imagina 2004.

الفـصل الرابع : الأبعاد الاجتماعية لألعاب الفيديو

المبحث الأول : ألعاب الفيديو كموضوع للدراسات الاجتماعية

المبحث الثاني : تحديد هوية ممارسي ألعاب الفيديو

المبحث الثالث : الرياضة الإلكترونية

المبحث الرابع : أشكال العلاقات الاجتماعية في مجتمعات اللعب

مدخل :

سنتطرق في هذا الفصل إلى ألعاب الفيديو ومحلها من الدراسات الاجتماعية، قبل الانتقال إلى الحديث عن تحديد هوية لاعبي ألعاب الفيديو من خلال عدة معايير. ولأن القضية فرضت نفسها كظاهرة اجتماعية سيتم التطرق بعدها إلى الرياضة الإلكترونية قبل الانتقال في الأخير للحديث عن أشكال العلاقات الاجتماعية القائمة في مجتمعات اللعب.

المبحث الأول : ألعاب الفيديو كموضوع للدراسات الاجتماعية :

يثير الكثير من الباحثين شكوكا حول إمكانية القيام بدراسات اجتماعية ضمن شروط جيدة للظواهر الاجتماعية المرتبطة بممارسة ألعاب الفيديو. وأسباب هذه الوضعية يمكن أن تكون داخلية وذات علاقة بعملية هيكلة وسط البحث (المكانة الهامشية المعطاة للأبحاث حول ألعاب الفيديو) أو ترتبط بالطلب الاجتماعي مثلما تنبع من خلال وسائل الإعلام (بمعنى: هل الخطوة ذات الصبغة الاجتماعية هي مرغوبة أم هي ضرورية على مستوى الجسم الاجتماعي؟).

بالنظر إلى أهميته الاقتصادية وأثره على أنماط الحياة، يمثل بث ألعاب الفيديو "عملا اجتماعيا"، بالمعنى الدوركهايمي للكلمة. لكن الملاحظ هو قلة الدراسات الاجتماعية عن الظاهرة، على الرغم من أن هذا النشاط اللعبي يعد من بين أفضل التسليات لدى الشبان منذ أكثر من 15 سنة. ويعتقد لوران تريمال بأن البحث عن أول مسبب لهذه الوضعية يجب أن يتم على مستوى التنظيم الداخلي لوسط البحث السوسيولوجي. فهذا الأخير يبقى مرتبطا ببعض "التقاليد"، وفي أعين الكثيرين تظهر ممارسة ألعاب الفيديو على أنها "شبه ظاهرة"، لا تحتاج إلى تطوير إشكاليات نوعية حولها. الاتجاه إذا هو نحو الخلط مع ممارسات أخرى مرتبطة ب"الثقافة الشابة" وبالاكتفاء بالتوازي مع ذلك بمعلومات أكثر خصوصية محتواة في الكتابات النادرة المتوفرة. غير أن هذه، تظهر في أغلب الوقت أبعادا قابلة للنقاش **(1)**. وكمثال رمزي لهذا التوجه، المكانة المعطاة لبعض الكتب، على غرار كتاب الإخوة لوديباردار Le Diberder **.(2)**

ويعد الإخوة لوديباردار من رجال الإعلام الذين نجحوا في التشهير بكتابهم حتى ضمن الأوساط الجامعية. وقد اعتبرت المعلومات المحتواة في كتابهم كمعلومات ثمينة جدا . فقد طورا تحليلا، جذابا حقيقة، وفي إطار "لغة العصر"، لكنه لا يتفادى المعاني المعكوسة. وأوضح مثال على ذلك يتعلق بلعبة "تمدن Civilisation" التي اعتبرت "أفضل" لعبة ذات أهداف "بيداغوجية" **(3)**، في الوقت الذي يكفي القيام بدراسة أولية للبرنامج لملاحظة الأبعاد الإثنومركزية Ethnocentriques والكاريكاتورية للرؤية الأمريكية للتاريخ المنبثقة عنها (أي اللعبة). والمفارقة تكمن عندما نكتشف بأن هدف الإخوة لوديباردار هو فضح "عملية أمركة" ألعاب الفيديو من أجل الدعوة إلى تقديم مساعدات عمومية لمنتجي ألعاب الفيديو في أوروبا.

ويعتقد البعض أن هنالك تجديدا في الإشكاليات يمكن أن يحصل مع "وصول" جيل من الباحثين الشبان، ذي اتجاه اجتماعي ضمن سياق لم يسمح لهم باستيعاب أهمية هذه المنتوجات. وهنا أيضا تظهر معوقات. فالبحث في ميدان ألعاب الفيديو قد يكون غير ذا فائدة، طالما أن الجامعات لا تولي اهتماما

بتدريس أي فروع جديدة تهتم بألعاب الفيديو، أو بتشكيل فرق بحث في هذا المجال، مما يقلل من عدد المتجهين نحو دراسة ألعاب الفيديو.

ومع ذلك تظهر استثناءات لدراسات وأبحاث عن الظاهرة من حين لآخر تستحق الإشادة. كما أن الأسباب السالفة الذكر ليست دائمة بالضرورة.

ويخلص تريمال إلى سؤال جوهري يطرح نفسه بشدة، حسبه، وهو: لماذا يستغني المجتمع عن دعم اختصاص يبدو لا غنى عنه، من أجل تحليل الظاهرة؟ ويجيب عنه بالقول بأن، "الميدان محتل أصلا؟.

فبمغادرة ميدان الكتابات الاجتماعية، والانتقال إلى تلك المتعلقة بالصحافة والراديو والتلفزيون، أو الإعلام على الخط، يلاحظ وجود اختلاف مع الجدب الموجود في الميدان العلمي، حيث يمثل مجالا خصبا للحديث عن ألعاب الفيديو. لكن فرحة الباحث الاجتماعي من وجود "موضوع" سرعان ما تزول بمجرد إدراكه أن الميدان محتل من طرف غريمه التقليدي "علم النفس". فالنقاشات و السجالات عن ظاهرة ممارسة ألعاب الفيديو تستعمل مفاهيم مأخوذة من علم النفس، ليعاد تأويلها ضمن أفق إيديولوجية معيارية. وتتباين الأهداف، لكن التساؤلات تتركز حول آثار إيجابية أو سلبية لألعاب الفيديو على الفرد.

وهنا يطرح سؤال نفسه بحدة وهو المتعلق بالعنف. فالعديد من الفاعلين يتحركون في الساحة، حيث ظهرت جمعيات الأولياء تحذر العائلات من هذا الخطر الكبير، وأحيانا تنجح هذه الجمعيات رغم الواقع الإعلامي الغير متوافق معها، فيفتح لها المجال إعلاميا لطرح أفكارها. ويساهم سياسيون وباحثون في الميدان، وعدد من الأعمال- ذات المنهجية القابلة للنقاش تعود إلى الكتابات عن هذه المسألة- أحيانا بتأكيد خطورة ألعاب الفيديو وأحيانا أخرى أنها بالعكس تؤدي إلى آثار إيجابية.

هذه النقاشات شوشت على الأبحاث حول أثر وسائل الإعلام على الشبان، وكما أشار إليه عالم النفسي العيادي لوك باستيد Luc Bastide "الأمانة العلمية ستتمثل في القول بأننا لا نعلم شيئا وأننا لا يمكننا أن نثبت أي شيء . (4).

لكن هذا المسار لا يمكنه أن يشتغل من دون وجود "وسطاء" يأتون أساسا من العالم الجامعي (ومن ثم إظهار عناوين أعمالهم) ويطمحون إلى الترويج الإعلامي لأفكارهم، مع أنها في الغالب لا تستند إلى خطوات علمية ومنهجية مقبولة، وإنما على تقديرات شخصية، تختلط فيها مجالات عدة علوم (اجتماعية ونفسية وصحافية) لكنها تحقق رغبات وسائل الإعلام التي تتحمس إلى هذا النوع من الخطاب.

ومن أجل دراسة ألعاب الفيديو اجتماعيا، من الضروري مراعاة نقطتين جوهرتين، دوما حسب لوران تريمال **(5)**.

تتعلق النقطة الأولى بالمجموع المكون لألعاب الفيديو الذي يحتاج، من منظور اجتماعي، إلى أن يفكك، طالما أنه يوجه نحو منتوجات متعددة جدا، مثيرة لممارسات اجتماعية متعددة.

فمن خلال الحامل (عارضة تحكم أو جهاز كمبيوتر) أو عنوان اللعبة، تظهر خصائص اجتماعية-ثقافية على مستعملي ألعاب الفيديو، من ناحية السن والجنس والمستوى الدراسي وحتى من الوسط الاجتماعي الأصلي. هذه الأخيرة بنيوية في الممارسة. ضف إلى ذلك فإنها تؤدي إلى قدرات غير متساوية في التحليل ومسار سبق وأن لوحظ في عملية استقبال الأعمال الأدبية والسينيماتوغرافية، مما سيؤدي إلى وجود عدة درجات لقراءة ممكنة للمنتوج.

وتتعلق النقطة الثانية بضرورة الابتعاد عن "الرؤية النفسانية"، ولا يتم ذلك إلا بإظهار اختلالاتها، ومحدوديتها، وعدم التركيز على إظهار إيجابية أو سلبية ممارسة ألعاب الفيديو، والبحث في مجالات أخرى، مرتبطة بعادات الممارسة، وعلاقتها بالخلفية الاجتماعية والثقافية للممارس.

وسيتم في هذا الفصل، تقديم أربعة مجالات أساسية في البحث الاجتماعي حول ألعاب الفيديو، وهي: تحديد هوية ممارسي ألعاب الفيديو و تصور الإحساس الاجتماعي Sociabilité بين الواقع والخيال، و مظاهر الانتقال إلى الاحترافية في ممارسة ألعاب الفيديو.

المبحث الثاني : تحديد هوية ممارسي ألعاب الفيديو:

شهد مجتمع ألعاب الفيديو تطورا كبيرا خلال السنوات الأخيرة. ففي بداية التسعينات كان اللاعبون من فئة ما بين 8 و 10 سنوات. وكان الجمهور شابا ويعتبر لعبة الفيديو كأي لعبة. غير أن هذا الجمهور تغير لأن الأطفال الذين واكبوا ألعاب الفيديو في صغرهم كبروا وصاروا بالغين يتراوح سنهم بين 30 و 35 سنة وهم يمثلون هذا التطور الحاصل في جمهور ألعاب الفيديو.

وهناك تطور آخر ذو أهمية كبيرة لجمهور ألعاب الفيديو. ففي البداية، كان الأمر يتعلق بال "هاردكور غايمر" (عشاق ألعاب الفيديو الذين يقضون كل أوقات فراغهم في اللعب). أما في يومنا هذا، تتجه صناعة ألعاب الفيديو أكثر فأكثر نحو جمهور "اللعب المناسباتي" «Occasional gamer»، وهو جمهور يشتري لعبة أو اثنتين في السنة، وهو يحب ألعاب الفيديو بسبب التسلية التي تجلبها وأيضا لإرضاء أبنائه. ويطمح مصممو ألعاب الفيديو إلى الاتجاه في المستقبل نحو الجمهور الواسع.

ويدرس علم التسويق (ماركتينغ) جمهور ألعاب الفيديو بصورة دقيقة بفضل إحصائيات مفصلة: فعلى سبيل المثال تعرف مؤسسة ميكروسوفت Microsoft سن وجنس ومهنة جمهورها واستطاعت بذلك أن تظهر بأن ممارسة ألعاب الفيديو في الولايات المتحدة الأمريكية صارت التسلية الأولى للذكور ما بين 25 و 35 سنة متقدمة التلفزيون والسينما**(6)**.

ومع ذلك يعتقد لورون تريمال Laurent Tremel أنه من الصعب معرفة من هم لاعبو ألعاب الفيديو. فمن منظور اجتماعي محض، لم يتم بعد التعرف على هوية اللاعبين في غياب مؤشرات موثوق بها في المجال الإحصائي تتيح التعرف على هذه الممارسة. وقد أظهرت دراسة أجرتها مؤسسة "سوفريس SOFRES" بأن 25 بالمائة من البالغين في فرنسا يمارسون ألعاب الفيديو. لكن المشكل الحقيقي في هذه الدراسة هو أنه تم استجواب فئة يتجاوز سنها 15 عاما إذا من غير الممكن الحصول على إحصائيات عن الممارسين من فئة أقل من 15 عاما**(7)**.

ومع ذلك توجد مؤسسات بحث يمكنها القيام بدراسات في المسألة، لكنها تفتقر إلى الإمكانيات المادية والبشرية لفعل ذلك، لأن الأمر يعتبر ثانويا. إنه من المهم جدا معرفة أن لعبة الفيديو تشكل كلا ضبابيا من الضروري دراسته بشكل تفصيلي، لمعرفة مختلف أشكال الممارسة لمختلف شرائح المجتمع.

أ. السن لتمييز الممارسين:

إن اللاعبين الصغار هم المستهدفون الأوائل من طرف مصممي ألعاب الفيديو، لهذا يلاحظ كثرة التركيز على توفير أكثر من مجرد التسلية في ألعابهم. وهناك اتجاه متصاعد نحو توفير ألعاب للاعبين الصغار ابتداء من سن الثالثة فما فوق مع التركيز على جوانب الجاذبية، من مثل الألوان والحيوية في الألعاب. ويلاحظ أن روحا نقدية مبكرة تظهر لدى الأطفال، لذا يصبحون أكثر مطلبية في الجوانب التفصيلية للعبة من مثل الرسومات. ويحاول المصممون اللجوء إلى عالم الطفل في عملية التصميم من خلال أخذ شخصيات عن قصص وأفلام موجهة للطفل.

كما ورد في مقدمة المبحث خلق انفجار ألعاب الفيديو في سنوات التسعينات جيلا يتراوح سنه ما بين 15 و 25 عاما متعود على ألعاب الفيديو. الجيل ذاته يتراوح سنه ما بين 25 و 35 عاما حاليا، ولم يفقد عاداته في اللعب. لهذا فإن السوق يتطور باتجاه جمهور أوسع من ناحية السن. ويطرح هذا الأمر مشكلا من ناحية المحتوى، لأن هذا الجيل يكون قد تلقى ثقافة معينة ومعالم اجتماعية، لهذا يتوجب على هذه الألعاب أن تهتم بظاهرة تقدم سن أجيال اللاعبين.

وعلى العموم، يحاول المصممون الاستجابة لمطالب كل الشرائح العمرية، من خلال عدة أساليب، منها تصميم ألعاب لشرائح معينة دون أخرى، أو تطوير وتعقيد ألعاب معينة كانت موجهة لفئة صغيرة إلى فئة أكبر منها، أو القيام بعمليات تعديل وتكييف للألعاب (8).

ب. أداة اللعب لتمييز الممارسين:

كما ورد في القسم الخاص بماهية ألعاب الفيديو، هناك أداتان رئيسيتان لممارسة ألعاب الفيديو، يمكن من خلالهما التمييز بين فئتين مختلفين من الممارسين. الأداتان هما عارضة التحكم وجهاز الكمبيوتر.

إن الفارق بين عارضة التحكم وجهاز الكمبيوتر جوهري. فبحسب مؤسسة ميكروسوفت، إن طريقتا استهلاك البرنامج (logiciel) أمام جهاز الكمبيوتر أو عارضة التحكم مختلفتان تماما. وتعتقد المؤسسة أنه أمام جهاز الكمبيوتر، الاستهلاك ومتعة التجربة منفردتان. فالجهاز عادة ما يوضع على مكتب وبفأرة واحدة ولوحة رقن واحدة أيضا، إذا هو غير مصمم للتقاسم. أما عارضة التحكم فهي نظام آخر لاستهلاك اللعبة: فاللاعبون جالسون في غالب الأحيان على الأريكة أمام شاشة تلفزيون توجد بدورها في قاعة أو غرفة عائلية أو الغرفة التي يكون فيها التبادل الاجتماعي أكثر**(9)**.

ويمكن للفارق بين اللاعبين على أجهزة الكمبيوتر واللاعبين على عارضات التحكم أن تفسر من ناحية الثمن: فعارضة التحكم أقل ثمنا من جهاز الكمبيوتر، وهناك القليل من الدراسات حول هذه المسألة. وعلى العموم تعتبر صناعة ألعاب الفيديو أن الجمهور الذي يلعب على جهاز الكمبيوتر أكبر سنا من الجمهور الذي يلعب على عارضات التحكم، لأن هذه الأخيرة لا تزال تعد لعبة.

ويقدم تعقيد الألعاب المصممة على هذين النوعين من حوامل الألعاب تفسيرا آخر: فعلى عارضة التحكم، يكفي إدماج القرص المضغوط (CD) الخاص باللعبة، ولا وجود بذلك لمشكلة الحجم أو قابلية التكيف مع الجهاز، لهذا فهي حامل موجه للجمهور العريض. لكن على جهاز الكمبيوتر من الضروري المراقبة الدائمة لملاءمة التشكيلة(La compatibilité de la configuration) . هذه المتطلبات التقنية توجه هذا النوع من الألعاب إلى نوع آخر من الجماهير. غير أن هنالك من الألعاب ما يمس الجمهورين معا، كما أن هنالك جمهورا يمارس الألعاب على الجهازين، إلا أنه يشكل أقلية مقارنة بالبقية.

وقد تطور مشهد اللعب-الفيديوغرافي كثيرا في ظل هذه الثنائية عارضة تحكم/جهاز كمبيوتر. فهناك ثقافتان تتقابلان بشكل أخف في الوقت الحاضر. فجهاز الكمبيوتر يمتلك عدة مزايا داخل البيت، وهناك من يمتلك جهازين في البيت الواحد. لكن على هذا الحامل، تحتل لعبة الفيديو فضاء وزمنا كبيرين. ويهدف العديد من الصناعيين إلى اختراع "آلة اللعب" الموحدة التي تتيح وجود جهاز كمبيوتر و"آلة لعب" في كل بيت**(10)**.

ج. الجنس لتمييز الممارسين:

في هذا المجال، يلاحظ وجود تغير كبير في مكونات جمهور ألعاب الفيديو. فإلى وقت قريب كان هذا الجمهور يضم 75 بالمائة من الممارسين الذكور. إن أول لعبة أثارت اهتمام الجمهور الأنثوي حديثا كانت لعبة "تومب رايدر *Tomb Raider* " التي تقوم ببطولتها فتاة. غير أن فكرة تصميم أنثوي للعبة فيديو سيتم تجاوزها قريبا في المجال، مثلما صار لا أحد يتساءل اليوم إذا كان الفيلم السينمائي موجها للإناث أو للذكور. وعلى العكس، فإن الهدف هو إيجاد صيغة لمخاطبة الجميع.

المبدأ ذاته يحدث عند تصميم لعبة الفيديو، حيث يكون المهم هو خلق تجربة متفردة تحاول قدر الإمكان أن تمس جمهورا عريضا.

وهناك العديد من الأعمال السوسيولوجية التي تنطلق من مبدأ أن هنالك ألعابا أكثر ملاءمة للذكور أو الإناث. فبحسب إحصائيات أجرتها وزارة الثقافة الفرنسية عام 1999، أعلن 61 بالمائة من الشبان أنهم يمارسون ألعاب الفيديو، لكن يلاحظ وجود فروق بحسب الجنس، حيث أن 75 بالمائة من الذكور يمارسون ألعاب الفيديو مقابل 49 بالمائة لدى الإناث، إذا الممارسة لدى الإناث لا تمس غالبيتهن**(11)**.

لقد تحولت ألعاب الفيديو اليوم إلى صناعة، والأشخاص الذين يستثمرون في هذا المجال يقومون بعدة دراسات تحضيرية، على أساسها يتم اختيار الجمهور المستهدف. لهذا توجد مؤسسات تصمم ألعابا للذكور فقط، من خلال استخدام أساليب تثير بالدرجة الأولى خيالهم.

يبقى الإشارة فقط، أن هنالك بعض الدراسات تناولت عملية تحديد هوية ممارسي ألعاب الفيديو من خلال تنوع محيطهم الثقافي ومكانتهم الاجتماعية ووظائفهم أو مستوياتهم التعليمية، لكنها غالبا ما كانت صعبة التعميم وتخص مناطق محدودة، على غرار الدراسة التي أجراها لورون تريمال في الضاحية الغربية من العاصمة الفرنسية باريس**(12)**.

المبحث الثالث : الرياضة الإلكترونية:

في عام 2001، طرح أرسث Aarseth، في محاضرة ألقاها بمدينة بريستول عدة تساؤلات جوهرية بخصوص ألعاب الفيديو: "هل ألعاب الفيديو فن؟، أم خيال؟، هل هي نشاط اجتماعي أم أنها تتماثل مع الرياضة؟"**(13)**. من دون شك هي كل هذا... لكن ضمن أي أبعاد؟ وتحديدا إلى أي مدى هم رياضيون؟ ما هو شكل ودرجة الاحترافية الحالية وفي المستقبل؟.

تعاني ألعاب الفيديو من حكمين مسبقين يبعدانها عن الرياضة: ليست "بدنية" وتبقى "مخصصة للأطفال". غير أنه في الأولى، من غير الممكن تجاهل اشتراك الجسم بالنظر إلى الدراسات النفسية والإيرغونوميا وعلم النفس الحركي والدراسات عن تبادل المهارات "الافتراض/الواقع" لغرينفيلد و ريتشيزكي Greenfield et Retschitzki**(14)**. وبالنسبة للثاني، يعتبر جزء كبير من الناس لعبة الفيديو كوسلية لتمضية الوقت موجه للأطفال أو "للبالغين الشبان المتخلفين". غير أن لعبة الفيديو تمثل حقلا واسعا جدا عندما يتم تعريفه بأنه "محيط معلوماتي يعيد إنتاج ألعاب بقواعد مبرمجة على الشاشة"**(15)**. وتحت هذا المظهر الاتحادي، تعد لعبة الفيديو كلا غير متجانس يغطي تشكيلة من الممارسات تتخصص إحداها في المنافسة وتأخذ بعدا متناميا مع ظهور ألعاب الفيديو على الشبكة.

إذا تعد الرياضة الإلكترونية من المظاهر التي تؤكد تحول ممارسة ألعاب الفيديو من مجرد ممارسة هاوية إلى ممارسة احترافية بكل ما تحمله الكلمة من معنى ومن أبعاد اجتماعية واقتصادية وتجارية.

ويقصد بالرياضة الإلكترونية التي يرمز لها باللغة الإنجليزية "إي-سبورت E-sport"
بالممارسة المنتظمة على الإنترنيت أو على الشبكات المحلية، للعبة فيديو تمارس بشكل إجباري من طرف عدة لاعبين من خلال جهاز كومبيوتر أو عارضة تحكم. ويلتقي أفضل اللاعبين العالميين للرياضة الإلكترونية خلال دورات ذات سمعة كبيرة مثل كأس العالم لألعاب الفيديو أو الرابطة المحترفة للرياضيين الآليين (Cyberathlètes).**(16)**

لكن هل تعد الرياضة الإلكترونية فعلا "رياضة"؟.

بعض النشاطات التسلوية صارت تكرس كرياضات وتسمى أيضا ب"الرياضة الحديثة". وهو مفهوم معقد ومتعدد الأبعاد لم يوجد بهذا المعنى سوى منذ القرن العشرين مع بروز الرياضات البورجوازية الإنجليزية والألعاب الأولمبية.

فعلى سبيل المثال وبالنسبة للتيار الصحي الذي يركز على الجوانب الصحية لأي رياضة، لا تملك الرياضة الإلكترونية أي فرصة بأن تحظى بصفة "الرياضة" لأنه وببساطة لا تشكل نشاطا بدنيا.

ويركز الداعون إلى اعتبارها رياضة، على البعد التنظيمي الذي انطلق عام 1997 مع إنشاء الرابطة الاحترافية للاعبين الآليين. التي هدفت إلى جعل المنافسات تحمل الطابع الاحترافي والدفع إلى قبول صفة "الرياضي" على الممارس و"الفريق" على تلك المجموعة المكونة من لاعبين و ينضاف إليهم عادة أخصائيو الكومبيوتر والمدربون والقائمون بالأعمال والممولون إضافة إلى فكرة التدريبات المنتظمة.

كما يتعلق الأمر أيضا بتطوير بعض المهارات الشخصية مثل ردود الأفعال و حدة الملاحظة البصرية والاتصال و الإستراتيجية أو حتى روح الفريق والقدرة على التسيير وإدارة المجموعة وخصوصا التخصص في وظيفة معينة.

أخيرا، هناك من يعتبر أن بعض الألعاب تشكل خليطا من عناصر عدة اختصاصات، كما هو الحال بالنسبة للعبة الرمي مع الشطرنج والرمي بالأقواس، وسباق السيارات بالنسبة للبعد التفكيري والدقة وحضور التجهيزات مما يظهر لعبة الفيديو على أنها قريبة نسبيا من الممارسات المعترف لها بأنها رياضات.

ويمكن هنا أن نستعرض بعض الأمثلة عن ألعاب فيديو صارت تعتبر كرياضة إلكترونية.

بداية تجدر الإشارة إلى أن كل لعبة يمكن أن تمارس بشكل جماعي يمكن تعد رياضة إلكترونية. وقد شهدت كأس العالم لألعاب الفيديو عام 2007، تباري المتنافسين على عدة ألعاب أبرزها لعبة كونتر سترايك – Counter-Strike*، برو إيفولوشيون سوكر Pro evolution soccer**.

وشهدت المناسبات الاحترافية تطورات كبيرة منذ أول دورة عام 1997 والتي جمعت يومها حوالي 300 لاعب حول لعبة **كوايك – Quake*****.

وعرفت الطبعة الثانية من دورة نانت (لاناغايم Lanagame) في فرنسا مشاركة 720 لاعبا خلال ثلاثة أيام من المنافسات**(17)**.

وتتجاوز مثل هذه الأحدث البعد الكلاسيكي المتمثل في المواجهات من خلال تنظيم نقاشات حول عالم ألعاب الفيديو وعلى أنظمة الاستغلال، ولقاءات مع المختصين في رسومات ألعاب الفيديو والقراصنة الإلكترونيين. كما يتم تنظيم معرض للأجهزة الكومبيوتر المكيفة وفق متطلبات الألعاب، ومداخلات لمدارس تصميم ألعاب الفيديو ووسائل الإعلام المتخصصة في الألعاب.

ومن ثم صارت محتويات الدورات وحجمها متطورة، وصرنا نشهد حضور الآلاف من المشاهدين والمتتبعين الذين يرتبطون بالحدث من خلال الإنترنيت لمتابعة النهائيات. كما أن الجوائز صارت أكثر أهمية. ففي عام 2005، خصصت الرابطة العالمية للاعبين الآليين جائزة نقدية قيمتها 1.5 مليون دولار.

ولا تزال الرابطة هي القوة القائدة للرياضة الإلكترونية. فقد حولت نشاطاتها عام 2005، لتتحول على شكل دورة عالمية متنقلة عبر العالم ككل. وركزت دورة العالم 2005، على لعبة الفيديو **باينكيلر PainKiller** وبممارسة تقتصر على نظام اللاعب الواحد ضد المنافس الواحد. وبلغت جوائز تلك الدورة ما قيمته مليون دولار أمريكي لهذه اللعبة فقط، حيث نال الفائز بالمباراة النهائية لوحده على 150 ألف دولار.

وفي عام 2006، أعيد استخدام صيغة دورة العالم على ألعاب أخرى مثل كونتر سترايك و كويك 4.

ومن بين المنافسات الاحترافية الأكثر اعترافا بها، نجد تلك التي تنظمها الرابطة الاحترافية للاعبين الآليين Cyberathlete Professional League، والألعاب الآلية العالمية World Cyber Games، وكأس العالم للرياضة الإلكترونية Electronic Sports World Cup.(18)

ويكون مصدر الجوائز الممنوحة في هذه المواعيد في غالب الأحيان، من كبرى المؤسسات المعلوماتية التي تمول المواعيد. وتمول هذه المؤسسات أيضا العديد من الفرق. ويتمثل التمويل في الغالب مصاريف النقل وبعض التجهيزات التي تصنعها تلك المؤسسات.

ويطلق اسم لاعب محترف (بروغايمر Pro gamer) وبالمختصر PGM أو PG، على ذلك الشخص الذي يعيش من مداخيل ممارسته لألعاب الفيديو. ويسمى هؤلاء ب غوسو Gosu في كوريا الجنوبية التي تعد البلد الذي تحظى فيه الممارسة الاحترافية لألعاب الفيديو بتغطية إعلامية كبيرة(19).

وتستخدم تسمية اللاعب المحترف (برو غايمر) أيضا لتهنئة اللاعب الغير محترف بعد تقديمه لأداء جيد.

بشكل منفرد أو مع الفريق، يتدرب اللاعب المحترف يوميا ولعدة ساعات، وغالبا على لعبة واحدة من أجل التخصص. وهو مصاحب دوما من طرف مختص في الإستراتيجية من أجل تطوير استراتيجياته ونوعية لعبه على العموم. لكن يتوجب عليه سريعا التدرب على ألعاب فيديو أخرى من أجل التأقلم سريعا مع تطور منتجات وألعاب فيديو شهيرة للوقت الراهن.

ومن أجل الحصول على مداخيل مالية، يشارك اللاعب المحترف وفريقه في دورات على شبكات اللعب المحلية (Lan-party) المهمة في كل أرجاء العالم. وفي حالة الفوز يحرز هذا اللاعب على مبلغ مالي غير ثابت القيمة، ولكن يحصل بالخصوص على سمعة يمكن أن تجذب انتباه الممولين. ففي طبعة 2005 من كأس العالم مُنح الفريق الأول في لعبة كونتر سترايك مبلغ 40 ألف دولار. وبلغ مجموع المبلغ الممنوح في تلك الطبعة 265 ألف دولار. وتمول الفرق الكبيرة من قبل أكبر المؤسسات المنتجة للمواد المعلوماتية.

ولأن الرياضة الإلكترونية هي ممارسة تتطلب ردود الأفعال والتفكير، فإنها غير مخصصة للرجال فقط، وغالبا ما تكون مختلطة.

ويساهم في تطوير والترويج لمختلف منافسات الرياضات الإلكترونية الكثير من الجمعيات والأندية المنتشرة في أغلبية الدول والتي تنظم بدورها دورات محلية و جهوية مؤهلة للدورات الوطنية ثم العالمية.

وتتطور الدورات في الشبكات المحلية المنظمة من قبل هذه الجمعيات والأندية بشكل كبير ومعها تتطور الجوائز المالية، لتتحول إلى ممارسة منظمة ومفتوحة على ممارسين يكثر عددهم من عام لآخر.

وتتباين التغطية الإعلامية للرياضة الالكترونية والرياضيين المحترفين من دولة لأخرى ومن قارة لأخرى أيضا. ففي الوقت الذي لا تحظى فيه سوى بتغطية ضعيفة في أوروبا، تكون هذه التغطية كبيرة جدا في آسيا وخصوصا في كوريا الجنوبية أين يُعترف بالرياضة الإلكترونية ك"رياضة" حقيقية، وأين يشتهر من يسمون "غوسو" ليرتقوا إلى درجة مشاهير كرة القدم أو مشاهير رياضات أخرى. ويتم في كوريا الجنوبية بنقل أو إعادة نقل مباريات ألعاب الفيديو على القنوات التلفزيونية.

المبحث الرابع : أشكال العلاقات الاجتماعية في نوادي اللعب :

إن تكوّن "أوساط " ممارسة ألعاب الفيديو تطرح فرضيات حول تكون مجتمعات لاعبي ألعاب الفيديو والذين يتسمون ب"ثقافة متماثلة". وهنا تفرض عدة تساؤلات نفسها، حول كيفية تكون هذه المجتمعات والقواعد التي تحكمها، وما إذا كان هذا التكون عفويا تفرضه طبيعة الممارسة أم يفرض فرضا.

إن تكون مثل هذه المجتمعات عادة يتم في المجتمعات التقليدية ضمن أطر منعزلة نسبيا كالقرية أو المقاطعة. هذه المجتمعات وعلى إثر سلسلة من الطقوس تدفع بالشاب إلى التدرج في خوض مراحل معينة بنجاح لتدفع إلى تقبله ضمن تلك الجماعات.

وكما أشار إليه أ. فارانياك A. Varagnac و م. شولو فارانياك M. Chollot-Varagnac، محطات الشباب كانت تشير إلى فئات عمرية يمر عبرها كل أعضاء الجماعة. ففي المجتمعات الزراعية نجد مثلا : 1. المرحلة العمرية الأولى، 2. الأطفال، 3. الشبان والفتيات، 4. المتزوجون الجدد، 5. الآباء والأمهات، 6. الأرامل، 7. القدامى، 8. المفقودون (الموتى). **(20)**

وهناك سلسلة من الطقوس أو الاختبارات كانت تؤدي إلى إبراز مظاهر الفرح لتأكيد المرور من مرحلة إلى أخرى.

ومع تطور المجتمعات، صارت هناك أماكن أخرى غير الأماكن التقليدية، تبرز فيها أشكال من العلاقات التي تربط بين أعضائها، وكذلك طقوس تبرز الانتقال من مراحل معينة تفرضها طبيعة الرابط الصانع لهذه المجتمعات.

والأمر ينطبق على نوادي وقاعات ألعاب الفيديو، والتي تتماثل نسبيا طبيعة العلاقات القائمة فيها.

بداية هناك اتجاه على اعتبار مرتادي هذه النوادي والقاعات هم من الذكور، على غرار ما هو حاصل مع نوادي كرة القدم أو غيرها من الرياضات التي تلتصق بها صفة الذكورية. فضمن هذه النوادي يوجد ما يسمى ب"اللاعب-البطل" وصفة البطولة مرتبطة بذهنية المقاتل الذكر عادة.

ثم هنالك شيء جوهري ترتكز عليه العلاقات القائمة في مجتمعات اللعب وهو ما يسمى ب"العظمة" التي تشير إلى الهيبة التي يصنعها اللاعب لنفسه من خلال النجاحات التي يحققها في أنواع معينة للعب لا تتحقق إلا بفعل ممارسة طويلة تقدر بمئات وحتى بآلاف الساعات.

ويتحدث لوران تريمال عن ثلاثة أنواع من العظمة متداخلة فيما بينها وتساهم في تحديد مكانة ممارس ألعاب الفيديو في النادي أو في مجتمع اللعب عموما.**(21)**

بداية هناك العظمة المرتبطة بمظهر اللاعب. إذ لوحظ وجود بعض الخصائص ذات العلاقة الضيقة مع معطيات فيزيولوجية مرتبطة بالسن (حبّ الشباب، اللحية ، ...الخ) وهي جوهرية. إذ من

الضروري عند اللاعب إعطاء الانطباع بأنه بالغ، من دون إظهار أنه "مسن". لهذا فإن إدماج طفل ما قبل مرحلة المراهقة في النادي صعب، والأولوية تكون لمن يتراوح سنه ما بين 16 و 20 سنة أو 20 و 25 سنة.

بالمقابل فإن اللاعب الذي يتجاوز هذه الفئات العمرية يعتبر دخيلا بالنسبة إليهم وينظر إليه بعين الريبة.

ويلاحظ أيضا أن اللاعبين الأكثر شهرة يطورون مظهرا خاصا لأنفسهم مستوحى من عوالم الألعاب التي يمارسونها. لذا قد تجد منهم من يحمل أسلحة بيضاء أو قلادات القوة في المعصم في إشارة إلى نوع معين من الألعاب كألعاب القتال وأحيانا نظارات صغيرة ومستديرة لإظهار مسحة ثقافية على اللاعب من كونه ذكي ومطلع، كما تشير إليه ألعاب معينة يكون فيها البطل على هذا النحو. وأحيانا قد تجد مظهر مغني الروك الصاخب الذي لا يتقيد بأي ضوابط.

من جهة ثانية هناك العظمة المرتبطة بدرجة التحكم في عوالم اللعب. ويمكن اعتبارها الأهم لأنها ذات ارتباط مباشر بالممارسة.

فالأمر يرتبط هنا بإطلاق وصف اللاعب "الجيد" والذي يتيح احتلال مكانة مرموقة في نادي اللعب مما سيدفعه لاحقا إلى السعي نحو احتلال مكانة صانع اللعب والمشاركة ضمن إدارة الجمعية.

وهنا يشار أنه مع مرور المباريات، يحسّن اللعب من أدائه وهذا التحسن يمكن تقديره وحسابه بناء على معيارين اثنين: التحكم الذي يملكه في اللعب بذاته وهنا يتطلب الأمر معرفة دقيقة بالمصطلحات المستخدمة في اللعب ومراحل تعلم قد تدوم أسابيع أو حتى عدة أشهر بما يعطي منحة اختيار الشخصية التي سيتقمصها في اللعبة المشتركة. أما المعيار الثاني فهو مرتبط بتصرفات اللاعب أثناء اللعب وقدرته على المساهمة في فك طلاسم السيناريو المقترح، واللعب باتساق مع الزملاء.

ومن ثم فإن إظهار آثار جسمانية معينة (في الأصابع أو في الظهر أو في العين) يعد دليلا على خبرة اللاعب و أقدميته وامتيازه وتدفع إلى احتلال لمكانة مرموقة في نوادي اللعب. وهنا يشار إلى أن اللاعبين "الجيدين" يطورون شخصيات اللعب لديهم بسرعة أكبر مقارنة ب"الجدد"، واللاعبين "القدامى" والذين هم عادة الأفضل يملكون وثائق ومصنفات عن الشخصيات التي يمارسونها. لذا من أجل "اختبار" لاعب التحق حديثا بالمجموعة عادة ما يطلب منه الشخصيات التي يلعبها وغلى أي مستوى طورها. وإذا ما اتضح بأن هذا اللاعب استطاع رفع شخصيات إلى مستويات عالية في الألعاب سيحظى مبدئيا بالقبول ليتبقى فيما بعد إثبات ذلك أثناء اللعب.

المكانة الاجتماعية للاعب والخصوصيات المبنية اجتماعيا النابعة منها كالجاذبية والقدرة على إيجاد الحلول وبناء العلاقات تلعب دورا هاما في "مشوار" اللاعب. وهناك إجراءات ترتيبية نابعة من عالم "البالغين" تتدخل مع عوامل أخرى لتعطي بعد العظمة المتشابك.

على صعيد آخر هناك بعد آخر يعطي بعد العظمة ضمن هذه النوادي والمتمثل في بعد الانتماء الاجتماعي. فأعضاء هذه النوادي عادة ما يصفون أنفسهم بالطلبة، مع أنهم ثانويون أو حتى يدرسون في التعليم المتوسط. وهم يطلقون على أنفسهم هذا الوصف في إشارة إلى انتماءاتهم المتمثلة عادة إلى والدين إطارين وبأنهم أذكياء ويترجم ذلك في سهولة انتقالهم وتدرجهم التعليمي والذي لا يتأثر مطلقا بممارسة اللعب. لهذا فإن دخول أعضاء لا ينتمون إلى هذا المستوى الاجتماعي يكون صعبا للغاية. خاصة إذا ما أضيف له عامل القدرة المالية المريحة. فالانتماء إلى النادي يتطلب اقتناء ألعاب معينة وأدوات لعب، كلها قد تكون باهظة الثمن بالنسبة للمنتمين إلى طبقات اجتماعية أدنى.

أشكال العظمة الثلاثة السابقة التي تم تقديمها والنابعة من يوميات الأندية والمتشكلة أيضا من معطيات وخصائص المجتمع الكلي (الوسط الاجتماعي – المستوى الدراسي) تتدخل في إطار مسلك تصنيفي مركب، يؤدي إلى إظهار مكانة الفرد مقارنة بأقرانه. ومن ثم فإن "مشوار" اللاعب يمكن أن يظهر عددا من المراحل **(22)**، التي تختصر كما يلي :

1. المرحلة الأولى تتمثل في الانتماء وفي عضوية مجتمع لاعبين، ويتطلب الأمر القيام بجملة من الطقوس قبل القبول. وقد تكون هذه الطقوس متواترة ومتعارف عليها أو مدونة في القانون الداخلي للجمعية. وبمجرد أن يتم "قبول" العضو الجديد سيمتلك حق الممارسة في ظروف جيدة ومن ثم بدء "مشوار" إن صح التعبير.
2. المرحلة الثانية في المشوار تتمثل في اكتساب صفة اللاعب "الجيد". وعادة لا يحدث ذلك سوى في سن 16 أو 17 عاما. واكتساب صفة اللاعب الجيد يتيح عدة إيجابيات من مثل إمكانية أخذ الكلمة أثناء المباريات وسهولة في "رفع" الشخصيات إلى مستويات أعلى في اللعب.

اكتساب صفة اللاعب الجيد تتيح أيضا اختيار شخصيات اللعب التي عادة ما تعتبر صعبة للغاية. من جهة أخرى ولأن بعض النوادي تشارك في دورات يمكن أن يختار اللاعب الجيد ليكون "صانعا للعب" أثناء المنافسات. ومن ثم يستمر "مشوار" اللاعب في التقدم مع ازدواجية في الخصائص (اللعب الجيد وصناعة اللعب). وأحيانا يتخلى البعض عن اللعب ليصبحوا منشطي المنافسات. لكن في بعض الأحيان يخيب بعض صانعي اللعب ويضطرون إلى التراجع إلى المستوى الأدنى.

3. وبعد أن "يثبت" اللاعب أهليته، يمكن للاعب أن يطمح لمكانة ضمن إدارة الجمعية أو النادي أو تحرير دليل للعب يمارس أثناء المباريات. وهذه المكانة تقتضي من اللاعب أن يكون ذو نظرة تتجاوز عالم اللعبة في حد ذاته ويجلب بذلك لنفسه الكثير من الاحترام و التقدير بين الزملاء.
4. وتتمثل المرحلة الأخيرة في الاحتراف بأتم معنى الكلمة. ويتجسد ذلك في إنجاز سيناريوهات لعب تتيح تلقي مقابل مادي من المنتجين أو نشر الابتكار في المجلات المتخصصة. وقد تؤدي إلى

تلقي وظيفة في العطل كبائع في المحلات المتخصصة في بيع ألعاب الفيديو وأحيانا الحصول على تمويل لإنتاج لعبة فيديو وتسويقها.

وبعد إتمام المشوار كلية يمكن لبعض أعضاء هذه النوادي أن يستمروا في نفس المجال من خلال التخصص في صناعة وتصميم عوالم ألعاب الفيديو أو العمل الإعلامي ذي الصلة بألعاب الفيديو.

إن الخصائص السابقة الذكر في هذا المبحث قد تشير إلى ارتباطها عضويا بالمجتمعات الغربية، لكن بعض المظاهر الموجودة في قاعات الإنترنيت وقاعات اللعب في الجزائر وفرق اللعب التي تشارك دوريا في المنافسات العالمية تعطي الانطباع إلى بداية تشكل مثل هذه المجتمعات المضبوطة بعلاقات مشابهة نسبيا مع فورق مرتبطة بخصوصية العلاقات القائمة في المجتمع الجزائري. وهي بذلك تطرح مجالا خصبا للقيام بدراسات اجتماعية وحتى اتصالية في هذا الاتجاه.

خلاصة الفصل :

يتضح مما سبق أن ألعاب الفيديو لم تحظ بعد بنصيبها من الاهتمام البحثي في المجال الاجتماعي، وأن هنالك طغيانا للمقاربة النفسية على الدراسات التي تناولت هذه الألعاب. غير أن النمو المطرد لهذه الألعاب وتشعبها، سيؤدي لا محالة إلى بلوغ هذه الأهمية المرجوة، والاهتمام بها كظاهرة اجتماعية وكمجموع ظواهر متفرعة عنها أيضا.

وقد منحنا هذا الفصل بعض أدوات التحليل والتفسير خصوصا ما تعلق منه بتحديد هوية ممارسي ألعاب الفيديو من خلال معايير مختلفة. وكذلك الأمر بالنسبة لما تعلق بالرياضة الإلكترونية التي تعد مرحلة متقدمة من الممارسة الاحترافية لألعاب الفيديو.

الهوامش:

(1). Tremel Laurent : **"Jeux de rôle, jeux vidéo, multimédia. Les faiseurs de Monde"**, Presses Universitaires de France, coll. « Sociologie d'aujourd'hui », Paris, 2001, pp. 196-230.

(2). Le Diberder Alain et Frédéric : **"Qui a peur des jeux vidéo ?"** La Découverte, Paris, 1993.

(3). Ibid, p.183.

(4). Luc Bastide : **(L'image, l'école et la violence ?)**, in Langouët G (sous la dir. de) L'état de l'enfance. Les jeunes et les médias en France ?, Hachette, Paris, 2000, p.148.

(5). Laurent Tremel : Op.cit pp. 163-166.

(6). David Cage : **(Les jeux vidéo, l'apanage des jeunes ?**), Cycle de conférences « Les jeudis de la Sorbonne » consacré au thème « Culture jeune, les jeunes et la culture », thème : Les jeux vidéo. 11 mars 2004. Texte (En ligne)

http://www.univ-paris1.fr/recherche/e-publications/jeudis_de_la_sorbonne/actes/actes_2004/article2411.html

(Consulté le 23/09/2005)

(7). Laurent Tremel : Op.cit p.103.

(8). Olivier Seguret : **(Les jeux vidéo, l'apanage des jeunes ?)**, Cycle de conférences « Les jeudis de la Sorbonne » consacré au thème « Culture jeune, les jeunes et la culture », thème : Les jeux vidéo. 11 mars 2004. Texte (En ligne)

http://www.univ-paris1.fr/recherche/e-publications/jeudis_de_la_sorbonne/actes/actes_2004/article2411.html
(Consulté le 23/09/2005)

(9). David Cage: Op.cit.

(10). Olivier Seguret: Op.cit.

(11). David Cage : Op.cit.

(12)- Laurent Tremel : Op.cit, PP. 103-123.

(13)- Aarseth Espen **:(Computer game theory :from games as text to game as….game ?)**, Bristol, International Game Cultures Conference, 2001.

(14)-Patricia Greenfield, Jean Retschitzki : **"L'enfant et les médias, les effets de la télévision, des jeux vidéos et des ordinateurs"**, édition universitaires, Fribourg, 1998.

(15)- Mélanie Roustan : **"La pratique du jeu vidéo : réalité et virtualité?"** , L'Harmattan, Paris, 2003, p14.

(16)- **""Sport électronique"**, texte (En ligne) <http://Wikipédia.com> (consulté le 05/03/2008).

* **كونتر سترايك – Counter-Strike:** تعني كونتر سترايك الهجوم المضاد، وهي لعبة فيديو تصنف ضمن ألعاب الحركة عموما وضمن ألعاب الرمي تحديدا. وهي لعبة يمكن أن تمارس بشكل فردي أو جماعي. هذه اللعبة عبارة عن طبعة مطورة للعبة هالف لايف (Half Life) التي أطلقت أول نسخة منها يوم 18 جوان 1999. تقوم فكرة اللعبة على أساس مواجهة بين إرهابيين ومكافحي الإرهاب خلال عدة جولات. ويسجل اللاعبون نقاطا عند تحقيق الأهداف الموجودة في خريطة اللعبة و القضاء على منافسيهم من أجل فوز فريقهم.

** **برو إيفولوشيون سوكر Pro evolution soccer**: تعد لعبة "برو إيفولوشيون

(كرة القدم الاحترافية) من ألعاب المحاكاة عموما، وألعاب المحاكاة الرياضية تحديدا (كرة القدم)، وهي تمارس بشكل فردي أو ثنائي أو جماعي. وتتيح اللعبة اختيار البطولة التي يرغب فيها اللاعب والقيام بكل العمليات الموجودة في عالم كرة القدم من شراء اللاعبين والمدربين وانتقاء ألوان القمصان واختيار الملاعب، والتعاقد مع الممولين (سبونسور).

***** كوايك – Quake:**

(17)- **"Sport électronique",** Op.cit.

(18)- Ibid.

(19)- Ibid.

(20)- A. Varagnac, M. Chollot-Varagnac : **"Les traditions populaires"**, PUF, Paris, 1978, p.136.

(21)- Laurent Tremel : Op.cit, p.160.

(22)- Laurent Tremel : Op.cit, p.173.

الفصل الخامس : الأبعاد الجسمانية لألعاب الفيديو

المبحث الأول : الواقع الافتراضي وإشراك الجسم في ممارسة الفيديو-لعب

المبحث الثاني : المشي في الصورة

المبحث الثالث : الحضور في البيئة

المبحث الرابع : مجتمعات اللعب في الشبكة

مدخل :

إن مسألة الجسم في ألعاب الفيديو يمكن أن تظهر غير لائقة التناول. فهي تطفو منذ الوهلة الأولى بشكل سلبي في التخيلات المرتبطة بألعاب الفيديو والتي تعود جذورها إلى تصورات طورت مع نهاية العصر الصناعي والتقني ثم التكنولوجي.

وغالبا ما يتم ربط المسألة بالخيال (الأدب ومجلات الرسوم والسينما) وكذا وسائل الإعلام وفي بعض الأحيان من طرف العلوم. وهنالك نمطية شديدة تضع ألعاب الفيديو كأعراض ورمز لمسار (مرتبط بالعصرنة والتطور) يتجه إلى أن يختزل وحتى إلى أن يزيل مكانة الجسم في النشاطات الإنسانية: الاستبدال القسري لذكاء الإنسان بالآلات و إزالة العلاقات الاجتماعية ...إلخ.

إنّ "وحشية" الرجل الآلي الممثلة بجسم مليء بالأعضاء المستبدلة والمفرغ من مادته الروحية أو تلك النظرة الخاصة بروح ذات جسم هزيل تُسقط بشكل واسع في العالم "الافتراضي" للعبة **(1)**. كما أن الذوبان في الآلة هو محصلة القوة الكبيرة لهذه الأخيرة، بحس ذات الرؤية.

فعلى العكس تماما تظهر الدراسات الميدانية الجسم وحركاته ورداته المتتابعة وإدراكاته وإحساساته الممتدة وتضاؤل صوره كمحل ومحرك تجربة "الفيديو- لعب (Vidéo-ludique).

وسيتم في هذا الفصل التطرق إلى مسألة الواقع الافتراضي وإشراك الجسم في ممارسة الفيديو- لعب، ثم مسألة المشي في الصورة ثم الحضور في البيئة وأخيرا مجتمعات اللعب في الشبكة أو الاعتراف بالمشاعر.

المبحث الأول : الواقع الافتراضي وإشراك الجسم في ممارسة الفيديو-لعب:

يحاول هذا المبحث، تحليل مكانة الأبعاد الجسمانية للعبة واللاعب وطبيعة حركية علاقاتهما مع قلب الواقع الافتراضي.

في البداية سيتم إظهار بأن جسد اللاعب يشترك في ممارسة الفيديو-لعب، وبعيدا عن ذلك فإن اللاعب هو الذي يجد نفسه "مطروحا للعب" بكل أبعاده، اللحمية منها و اللامادية. بعد ذلك سيتم وصف وتحليل ميكانيزمات هذه الظاهرة على ضوء أعمال علمية حول العادات والعلاقة مع الأشياء.

المطلب الأول : اللاعب يملك جسدا وهو جسد:

إنّ ممارسة الفيديو-تسلية تتطلب نشاطا جسمانيا واشتراكا كليا للجسد الواعي.

- "إحساسات جسمانية":

في البداية، إن وجود "مخلفات" أو آثار جانبية على الجسم (خاصة العينين واليدين) تمثل الشاهد المباشر على إشراكه. فبخلاف التعديلات التي تحصل على الجسم المادي (بمعنى الجسم البيولوجي منظور له بعين طبية)، تظهر أخرى في المجال الحسي (وتحديدا الرؤية، مع آثار دائمة على الشبكية مثلا). إضافة إلى ذلك تظهر الآلام أحيانا لتذكر اللاعب بأنه اشترك بكل جسمه في اللعب، كالصداع وأوجاع الظهر ومشاكل الرؤية والتقوسات والتي يمكنها أن تكون عواقب مباشرة لعملية اللعب.

وخلال اللعب نفسه، يكون اللاعب محفزا سواء على مستوى الانتباه العقلي أو على مستوى حواسه وأيضا من جانب استغلال رصيده الثقافي وإحساساته ومشاعره. إن مجرد اللعب يمكن أن يعطي سعادة أو نشوة تحقيق فوز والانتقال أحيانا إلى الانزعاج. هذا الوضع المتوتر يظهر تناقضا. فهو في آن واحد قوة جذب وتنفير للاعب أيضا، لأن الانتقال من الرغبة إلى القلق يتم بسرعة. فاللاعب يكون مندمجا مع اللعبة إلى أبعد الحدود، وبالتالي يكون هذا الجسم متوترا، لكنه سرعان ما يقوم بتفريغ كل شيء بعد أن يتوقف اللعب، فتبدأ الإحساسات بالألم في الجسم، من خلال التقوسات والصداع وآلام العينين.

وبغض النظر عن أشكال النشوة وعدم النشوة المرتبطة بأبعاد لعب صرفة، هناك نوع آخر من الإحساس وارد الحصول، ويكون بفعل تمثيل الفضاء والسرعة (المستعملة في ألعاب السباق والرياضة عادة). فاللاعبون يصفون حالات اللاحدود بين المشاعر والإحساسات، انطباعات الانسياب والتنقل، القريبة مما يمكنهم أن يحسوه في وضعيات "واقعية"، والتي يصفها البعض بأنها "مادية". ويصف أحد ممارسي ألعاب الفيديو هذا الموقف قائلا، "إنني أشعر بنفس الإحساسات التي تنبعث عند لعب كرة القدم. فأنا اللاعب الذي يملك الكرة وأرى الآخر في جهة من الملعب وأحس فعلا بأنني أمرر له الكرة وأنا أتحرك، إنها إحساسات المشاهدة. كرة القدم تمر عبر الجسم لكن الإحساسات تكون على مستوى الحركات.

عندما تمرر الكرة إلى أحد ما خلال اللعب تشعر بسهولة بذلك الإحساس، حتى وإن كان وهميا، إنه نفس الشيء"**(2)**.

إضافة إلى ذلك فإن الملاحظة والدراسة عبر الصور للحركات "اللاشعورية" (الغير متحكم فيها) تعطي دلالات عن إشراك للجسم بأكمله : تمايل جانبي للنصف العلوي من الجسم بحسب تعرجات المسار، تأرجح من الأمام إلى الخلف بحسب السرعة المأمولة للسيارة في اللعبة، وإشارات وهتافات مختلفة... إلخ.

لكن إذا كان في معظم وقت الممارسة يمكن مشاهدة لاعب مندمج كلية بأبعاده الجسمانية والنفسية، تكون بعض اللحظات بالمقابل من صنف "القطيعة" وأحيانا "التجزئة". فبعض المستجوبين يصفون إحساسا ب"تفكك" الجسم مقارنة بالإرادة الواعية. فأحيانا يعطي الانطباع بأنه (أي الجسم) لا يقوم سوى بما يريده هو. وتصف إحدى اللاعبات هذه الحالة بالقول "تجدين نفسك جالسة أمام اللعبة من دون أن تتذكري بأنك قررت ذلك"، وفي أحيان أخرى "لا يستجيب": "إنه الجسم الذي يتخلى عنك" يقول لاعب آخر**(3)**، كما أن هناك من يتحدث عن النوم أمام اللعبة.

عادة ما يتذكر اللاعبون خلال أوقات الراحة أو الانتقال من مستوى إلى آخر بأنهم نسوا أبعادا أساسية في طبيعتهم مثل العطش والجوع واحتياجات طبيعية أخرى. إنه بمثابة عودة الجسم (الفزيولوجي) وهو ممكن الملاحظة في أوقات الاختلال والصعوبة أثناء اللعب.

وبشكل مماثل، يكون حضور الأشياء شديد الظهور عندما يعيق أو يقاوم: اختلال ميكانيكي أو عدم توافق تقني أو اختلال جهاز التحكم أو صدور أصوات غريبة أو حدوث عطل، فيعيدها بذلك إلى قلب الممارسة. إن انقطاع "التناسق" يعطي وعيا بالحضور المادي للأشياء**(4)**.

- اللاعب ذو العلاقة الديناميكية مع العالم:

يعترف معظم اللاعبين ضمنيا عند ممارسة ألعاب الفيديو بوجود نظام ديناميكي بين اللاعبين وبين الآلات (اللعب في شبكة) وكذا بين اللاعبين والآلات. فعند ممارسة اللاعب للعب لوحده يجلس مواجها للشاشة، وعندما يكونان اثنين يجلسان سوية مواجهين للشاشة وحاملين لجهاز التحكم لكن عندما يكونون أكثر من ذلك فهم إما يتحركون باستمرار أو يحركون جهاز التحكم باستمرار، وهو ما يظهر رغبة في التكيف والبحث عن الراحة لكن بشكل متناسق بين اللاعبين والأشياء والفضاءات وزمن الممارسة.

عبر هذه الأمثلة، يظهر الجسم الذي لا ينفصل عن اللاعب، كمشترك في لعبة الفيديو، فهو يسعد ويعاني ويألم ويحس ويفتِك... . إذا نحن أبعد ما يكون عن النظرة التقليدية التي كانت تختصره في مجرد كيان ميكانيكي، جامد ومعزول عن العالم (الجسم منظور إليه من طرف طبيب شرعي)، فهو حي ومنغمس في النشاط وعلى علاقة بالمادة وبالشخصيات التي تحيطه. و كما يقول **وارني Warnier** "ليس

لدينا جسم لحمي يتحرك بشكل خارجي ومتعد على مادة جامدة، بما في ذلك مادة جسمه بالذات (...) لدينا لاعب منسجم مع العناصر المتوافقة لمحيطه الحسي-الشعوري-الحركي. إنه وحدة متكاملة"**(5).**

المطلب الثاني : ميكانيزمات إشراك الجسم في ممارسة ألعاب الفيديو:

يمكن فهم أشكال إشراك الجسم واللاعب وتحليل مكانتهما في نشاط اللعب، وأبعد من ذلك في بناء الواقع الافتراضي على النحو التالي:

- إتقان الممارسة والتمتع بذلك كثمرة لعملية "إدماج" اللعب:

تُظهر عملية مراقبة لاعبين أثناء الممارسة أنه بدءا من مرحلة معينة من "التحكم" في اللعب يقل مستوى الشعور التفكيري، فالأيدي تظهر وكأنها تتحرك لوحدها وبعيدة عن أي مراقبة مقصودة. وبالفعل، بالنسبة للاعب في نشاطه، الانطباع هو بأن هنالك تحكما مباشرا في "شخصية" اللعبة وليست حركات الأصابع من تقوم بذلك. و في بعض الألعاب تحديدا يتداخل النشاط وغياب التفكير من أجل ممارسة فعالة.

ويقول أحد اللاعبين بهذا الخصوص: "أحب ألعاب القتال بسبب درجة الانفعال التي تتيحها، فالأصبع ملتصق بجهاز التحكم، ولا يكون هناك سوى ردات فعل ولا وقت لأي تفكير". وضمن نوع آخر لكن يتطلب نشاطا كبيرا من اللاعب نجد **"تيتريس Tetris(6)"** فهي تتطلب اللعب من دون تفكير. "إنها لعبة سرعة وانفصال كامل للمخ. إنها لعبة آلية تماما، ولا يجب التفكير من أجل الوصول جيدا، يجب اقتحامها وكأن سمات آلية فيها" يقول لاعب آخر.

وعلى هذا الأساس فإن التحكم التقني باللعبة يمكن أن يعد بمثابة محصلة مسار "اندماج" **(7)،** وعلى غرار السائق الذي لا يحتاج إلى أن يفكر من أجل التغيير في السرعات، استجمع عاشق ألعاب الفيديو، مجموع "أنماط حركية متماثلة" أو ببساطة "لوغاريتمات حركية" تكون محصلتها توفيرا كبيرا للطاقة والقدرة على الممارسة مطولا من دون تعب على نحو يجعل "الأنا الواعي قادرا على الانسحاب من النشاط والتفرغ لشيء آخر". إن الجسم الواعي هو في قلب الآلية التوافقية هذه. إنه يظهر فيها كـ"الخيط المطاط" في الحركات وخصوصا عند تكرار الحركات، فهو لا يقتصر على حدود الجلْد لكنه يتسم بقدرة على التمدد إلى الأشياء التي تحيط به والتي تعوّد عليها، بأن طور معها خصائص وردود فعل جسمانية **(8).** ومن ثم، فإن اللعب، واللعب جيدا والوصول إلى متعة التحكم التقني تقتضي "نسيانا" للجسم الناشط.

ـ التجهيزات كمحطة تقنية أولى:

إن العادة والنمطية يتم تحليلها جيدا ضمن النشاط، وكذلك ردود الأفعال والتعديل والتكرار. فبحسب وارنيي "التوحد" مع الأداة هو "إدماج" الآلية كبديل في مسار "حركية لعبة الفيديو"**(9)**.

في البداية يتم التعرف على التجهيزات، ثم إدماج تلك المتعلقة بالخصائص المادية للأداة (تحديد موقع الأزرار والتعود على مكانها)، حيث من غير الممكن اللعب من خلال مشاهدة جهاز التحكم، وهذه قاعدة أساسية في لعبة عارضة التحكم، إذ لابد من تعلم استخدامها من دون مشاهدتها. هذا التملك للتجهيزات سريعا ما يتم نسيانه، لكن يعود للظهور مجددا خلال تبادل أدوات اللعب أو أي شيء آخر.

إن اكتشاف لعبة ما يعد فرصة لاستعادة الشعور بحركاتنا، ليس من خلال أزرار بقدر ما هي من خلال خصائص التحكم (**commandes**)، أو أعضاء الاتصال بالآلة. فالشعور الكامل بحركة الأصابع على لوحة الرقن أو على جهاز التحكم يعود هنا لبعض الوقت فقط.

هذا المسك بالأيدي يشكل تسخينا أكثر منه انطلاقا لدورة لعب. ويمكن الحصول على مرحلة "التفكير"، التي تعد مفتاح الانسياب والنشاط ومن ثم اللعب، مع تراكم التجربة أو قصديا من خلال التدرب.

و تقول إحدى ممارسات ألعاب الفيديو في شرح ذلك "إذا كنت أرغب في لعبة ما سأقضي الوقت الضروري لأتذكر بأنه خلال هذا اللعب، لابد من هذا الزر أو ذاك وتعويد الأصابع، لأن الأصابع تقوم بالحركات آليا. إذا سأتعلم كيف ألعب تلقائيا على نحو تكون اليدين فيهما حرتين في الحركة وأنا أشاهد الشاشة"**(10)**.

ـ الجهاز ونظام اللعب:

المحطة الثانية للإدماج هي "الجهاز **Interface**" وهي عبارة مستعملة في ميدان الإعلام الآلي، ومعناه (أي الجهاز) لا يبدو ثابتا كلية، لكن باختصار هو نظام الاستغلال الذي يتيح سريان المعلومات بين اللاعب واللعبة . إن الجهاز يحدد أولا "الأعضاء المادية للاتصال" (الشاشة و الفأرة وجهاز التحكم)، ليمتد إلى شيء تجريدي، "التنظيم المنطقي للاستعمال التطبيقي"، بعبارة أخرى نظام الحوار مع الآلة وفعاليته **(11)**. وفي اللعب، تشير عبارة "نظام اللعب **GamePlay**" إلى الجانب الرقمي من الجهاز.

وتتعدد عمليات الإدماج بحسب الأجهزة وأنظمة اللعب، من آلية (**Automatisation**) العديد من الحركات المعقدة المكررة بشكل متماثل وبنفس الوتيرة (ترابط الأزرار خصوصا على عارضة التحكم) إلى الرفع الأقصى للسرعة والدقة لحركة ما (عادة بالفأرة بالنسبة للألعاب على أجهزة الكمبيوتر). هناك نوع من الأثر التناسبي المعكوس بين تعقد نظام اللعب وتعقد الحركة. وإذا ما كانت معظم الألعاب ترتكز على نظام لعب وحيد، يجمع بعضها الآخر عدة مراحل على نحو يؤدي إلى أوقات لعب مختلفة،

أكثر أو أقل "تقنية" وأكثر أو أقل حاجة إلى "الرصيد الثقافي". لكن عادة ما يتم التقسيم من خلال ألعاب على الكمبيوتر وألعاب على عارضة التحكم **(12)**.

من بين الأمثلة الأكثر وضوحا نجد سلسلة لعبة **"واركرافت Warcraft"** **(13)** التي تعد رمزا لألعاب الإستراتيجية على جهاز الكمبيوتر. فهي تتضمن نظام لعب بسيط نسبيا فيما يتعلق بالحركات المطلوبة من طرف اللاعب: فكل أزرار التحكم تظهر على الشاشة والنشاط الحركي المطلوب يقتصر على يد فوق الفأرة وأخرى على أسهم التوجيه الموجودة على لوحة الرقن من أجل تمرير الأشواط. إن التحكم في هذه اللعبة يتم بتفعيل حركات معينة أكثر منه على تعلم مهارات جديدة. ويتم تعويض ذلك بمتطلبات كبيرة على المستوى التكتيكي، وكأن التفكير والحركة أقصيتا من عملية الممارسة لتوجدا على مستوى اللعب فقط. بالمقابل فإن لعبة **"تيكين Tekken"** **(14)** نموذج بامتياز عن ألعاب "القتال" فبرنامج نظام اللعب به بسيط: التعقيد يكون أقل على مستوى البرنامج منه على مستوى إنجاز عمليات التركيب بين الأزرار، واختيار توقيت القيام بالضربات والوتيرة الداخلية لتنفيذها. ويتم الإدماج هنا من خلال القدرة على إنتاج كم كبير من الحركات المعقدة بصورة آلية، تتم عملية الاختيار فيها على مستوى ما تحت الوعي **Infra-conscient**. وهناك تماثل مع تحليل **كوفمان Kaufmann** عن الأعمال المنزلية: إن القيام بمجهود يكون من أجل الحفاظ على مستوى **"تفكير متدني"** من أجل تفادي **"إثقال الشعور التفكيري"** وهذا من خلال محاولات مستمرة من أجل جعل العمليات المتتابعة روتينية (...) بتمديد الأقسام المدمجة"**(15)**. ومن ثم يتعلق المسار بحركات وبسلسلة حركات أيضا.

- المراسلة بين الحركات الحقيقية والافتراضية:

تظهر لعبة الفيديو، في المحصلة، كنشاط معقد ومتعدد الأشكال، ومحل تكامل بين الإنسان والآلة بميزة أساسية تتمثل في التفاعل. المهم أن التبادل يحدث بين الحركة في اللعب كآلة والحركة في اللعب كعالم افتراضي والذي يظهر قسم منه على الشاشة. ويحدث خلال اللعب ذوبان ل "المجال الإجرائي" مع "المجال الرمزي" وهو ذوبان يحدث ما يسمى بتجربة الواقع الافتراضي **(16)**.

غير أن البعد التقني للعلاقة مع اللعب لا يجب أن تنسي الأبعاد التاريخية والسياقية الضرورية لمقاربتها، سواء على المستوى الاجتماعي-الكلي **Macro-sociale** أو على المستوى الاجتماعي-الجزئي **Micro-sociale** والفردي**(17)**.

المطلب الثالث : الواقع الافتراضي في الحركة:

إن الاشتراك الكامل للاعب في عملية اللعب تثير في الأفق مفهوم الواقع الافتراضي. فالآليات التقنية والرمزية الموضوعة في الحركات من طرف اللاعب واللعبة (كوسيلة ابتدعها الإنسان وكوسيلة

تفاعلية) تستخدم من أجل فهم التحام اللاعب بعالم اللعب والإبقاء على التجربة المعاشة كـ "واقع افتراضي".

- "الفارغ بالمملوء":

يصف أحد ممارسي ألعاب الفيديو تجربته بالقول "لقد كان فراغا ... فراغا عقليا حقيقيا لمدة أربع ساعات. أي أنك موجود هنا فعلا وبعدها يحدث شيء غريب على مستوى الصورة. تجد نفسك في فقاعة وهو أمر مختلف عن الانغماس في قراءة كتاب أين تحس بروحك. هنا صراحة وبعد زمن ما تتخدر ذاتك، والزمن يبدأ في المرور بسرعة فائقة من دون أن تحس بذلك". هذا الأثر هو "غسيل المخ" الذي يتحدث عنه الكثير من المستجوبين. هذه الظاهرة يمكن أن توعز إلى ظاهرتين جزئيتين متتابعتين. "الامتصاص" من طرف الصورة وتوتر الجسم أثناء الحركة (حركة العينين واليدين و شخصية اللعبة أيضا)، فتأتي لتملأ القدرات الحسية والفعلية للاعب أثناء الممارسة إلى حدود التشبع. وبعبارات أبسط إنه "الفارغ بالمملوء **(18)**. وهذا "الغياب للأنا" لدى اللاعب يتم التعرض له قسرا وأحيانا يكون مرغوبا. واستعماله يمكن أن يشكل "طقوسا يومية" من أجل إحداث قطيعة بين فترات متباينة من الواقع اليومي من مثل القطيعة بين يوم عمل ووقت الراحة بعد الدوام، وقد تستخدم من أجل مكافحة التوتر اليومي مثلما يتم القيام به بالرياضة.

إن نسيان الأنا والعالم الخارجي وكذا دخول واقع افتراضي (الخاص باللعب، عالم يمكن ضبطه والتحكم فيه، ويمكن الإحساس به فعليا ولكن من دون تأثير مباشر على الحياة الحقيقية) يبدو مرتبطا بمدى اشتراك الجسم في النشاط و بدرجة إدماج جهاز اللعب من طرف اللاعب (التجهيزات ونظام اللعب). إن اللاعب يصل إلى محو المسافة بين الأشياء المادية و بين الصور في التفاعل. و يتوصل إلى تشكيل جسم (وروح) مع اللعبة إلى درجة نسيان كل ما تبقى، لزمن ما. لكن هذا مرتبط أيضا بطبيعة اللعبة ونوعيتها أيضا.

- مفتاح الواقعية:

بالنسبة للناشرين ووسائل الإعلام تظهر الواقعية كواحدة من الخصائص المهمة للعبة. والعبارة هنا ذات استخدامات ومعاني متعددة. فبالنسبة للبعض هي تشير إلى اسم "سريالي" بالمفهوم الفلسفي.
ويقصد بالواقعية هنا "التقمص"، أي إعادة إنتاج عالم إلى أقرب حد ممكن من ذلك الحقيقي، بفضل واقعية زمنية شديدة (قيادة طائرة بين باريس ونيويورك يتطلب ثماني ساعات من اللعب مثلما هو الحال في الواقع)، وجمالية قريبة من الصور الفوتوغرافية. و من منظور آخر، وهو الأكثر تداولا، ينظر إلى الواقعية على أنها قدرة اللعبة على نقل اللاعب وتقريبه إلى ما يشبه الحقيقة حتى وإن كانت "غير واقعية".

على سبيل المثال الساحرة على مركبة فضائية. وتتداخل عدة عوامل لجعل اللاعب يصدق ذلك، منها فعالية الجهاز، والزمن والصوت القريبان من الحقيقة، والرسومات المقنعة القريبة مما هو متعود عليه مثل السينما والرسوم المتحركة **(19).**

وفضلا عن تلاحم العالم المُطور مع عالم حقيقي أو تخيلي سابق الوجود (الساحرة على المكنسة)، ترتبط مسألة الواقعية بالذكاء الاصطناعي، طالما أن هذا الأخير يفترض فيه قدرته على تقليد منطق حقيقي**(20).**

- اختفاء الجهاز ؟

في إطار رغبة الوصول إلى تجربة قصوى في الواقع الافتراضي، يتجه الجهاز إلى أن يصبح مدخلا (بمختلف آلياته الانغماسية) ومكبحا أيضا (لإمكانية حدوث عقبة لانسيابية الحركة). وتشير التوقعات بخصوص مستقبل ألعاب الفيديو، إلى الاتجاه نحو زوال الحركة على الجهاز وحتى الجهاز نفسه، إما من خلال التمدد نحو كل الجسم الحسي أو من خلال اختصاره في أدوات بسيطة (من مثل حقن ذرة إلكترونية بمنفذ نفسي) لتعفي في الحالتين اللاعب من أي عمل على ذاته وخصوصا عملية الإدماج. على سبيل المثال يقول أحد ممارسي ألعاب الفيديو : "مستقبل الألعاب يتجه أكثر فأكثر إلى تعدد اللاعبين وإلى الواقعية. ستبتكر أجهزة جديدة، وأدوات تحكم ورقن، وأشياء جديدة، حتى أنه توجد حاليا قفازات على هذا النحو، ومن الممكن أن يكون هنالك ألبسة بأجهزة تحسس". بينما يقول آخر حول مستقبل الفيديو-لعب "لا أحد في العالم لن يجرب هذه اللعبة عند إصدارها، ولا أدري كيف سيكون اليوم الذي تكون فيه اللعبة هي الحقيقة. فمن الممكن أن تكون هناك علبة بسيطة تضغط عليها لتجد نفسك في عالم آخر تماما، ويكفي أن تضغط مجددا لتعود إلى عالمك الحقيقي"**(21).**

هذه المقتطفات تظهر مدى ترابط الجهاز مع الواقعية والذكاء الاصطناعي والواقعية الافتراضية. فالتحام الواقعية والافتراضية يشكل جوهر ألعاب الفيديو ومستقبلها. واختفاء الجهاز شيء مرغوب لكن متخوف منه أيضا (فقد يعني وضع الآلة في جسد حقيقي)، وأحيانا غيابها يمكن أن يعتبر بمثابة محصلة منطقية لمسار الإدماج الذي يتجه نحو إلغاء الوسائط المادية. إن واقعية اللعبة و (أو) إدماجها من طرف اللاعب الممارس بتسهيل التلاحم والتفاعل يتيح له الانغماس في "حمام" الواقعية الافتراضية. وعند النزول إلى مستوى معين، يعود الوعي الفكري لينهي "الحلم". من جهة أخرى، هناك بعد آخر لـ"الافتراض"، موجود أصلا في اللعبة ويتمثل في غياب المسؤوليات "الحقيقية" أمام حركات تكون تبعاتها دوما في الجانب الآخر من حدود الشاشة.

المبحث الثاني : المشي في الصورة :

مع بداية التسعينات، طورت مجموعات بحث أمريكية ومنها تلك التابعة لجامعة كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية تحت إشراف البروفيسور **باتريسيا غرينفيلد Patricia Greenfield** مجموعة من مبادئ البحث وأثبتت بأن ممارسة ألعاب الفيديو تثري بعضا من مهاراتنا الإدراكية، خاصة ما تعلق منها بالفضاء ذو الثلاثة أبعاد، والذكاء الاستنباطي والقدرة على القيام بعدة أعمال بالتوازي**(22)**.

وتكتسي رهانات النظرية-العيادية أهمية كبيرة، لأن ثقافة **"الرابط التفاعلي Lien interactif"** تأخذ بعدا متصاعدا في المجتمع. فالكثير من الذين يرتادون عيادات العلاج النفسي وحتى العقلي يمارسون عادة ألعاب الفيديو أو يمارسون ما يسمى بالمحادثة الإلكترونية **chats**، وأحيانا بشكل كبير جدا بالنسبة لصغار السن والأطفال الذين يتم التعامل معهم على أنهم "ولدوا مع ألعاب الفيديو".

تتكون لدى الطفل عند جلوسه أمام التلفزيون، رغبة في تخطي حدود الصورة الضوئية التي تضيء رغباته لمواجهة نقائصه، فيرغب مثلا في تحقيق أشياء يشاهدها على الشاشة. هذا الوهم الذي تتيحه الصور من خلال التخيل، صار اللعب الافتراضي يتيح إمكانية الإحساس به.

ومن أجل فهم أفضل لخصوصية مكانة الجسم في ممارسة ألعاب الفيديو، من الضروري الحديث عن مراحل تطور الرضيع في تفاعله الجسماني-النفسي **Somato-psychique** مع ما يحيط به من منظور نظريات علم النفس التطوري ونظريات الإدراك. وسيتم بعدها التفكير في المكانة الخاصة للصور في المجتمع. وفي الأخير سيتم إظهار الرابط النظري-العيادي بين الجسم وألعاب الفيديو.

المطلب الأول : الرضيع التفاعلي:

إن الشخص البالغ الممارس لألعاب الفيديو، يتماثل في مجالات معينة مع الرضيع. ومن بين أوجه التشابه بينهما نجد ما يسمى بمكانة الجسم وحركاته في تفاعله مع العالم.

إذا ما كان الرضيع ذو بضعة أشهر من العمر غير قادر على التحرك، فإنه يملك خاصية أساسية لاكتشاف العالم وهي اليد. وهي أولى مهاراته الحسية الحركية وأولى مهاراته في التنسيق بين الرؤية والحركة. وتتيح عمليتا التقاط الأشياء وتقريبها إلى الوجه للرضيع من ضبط وحدته الجسمية، من خلال القيام بتجربة شيء مشاهد، أو مسموع أو ملموس أو محسوس أو تم تذوقه. وهذا الانتقال في الكيفيات **Transmodalité** هو الذي يسمح باكتشاف أن العالم متوحد ومتجانس. ومن ثم يمكن للرضيع أن ينتقل إلى التجريد أي معرفة إمكانية التخيل. هذه الوضعية الحركية تجعل من اليد "استعارة للأنا **Métaphore du Moi**"، أو الامتداد الطبيعي للجسم في اكتشافه للعالم. إن الرضيع الذي يستولي على شيء ما مثل الباحث المولع، يتأكد باستمرار من هذه التجربة الحسية النشيطة. ويعد الإحساس بالمتعة والابتهاج ضروريان في تعلم هذه المهارة الحسية-الشعورية-الحركية

Sensori-affectivo-motrice(23). وهو مدعوم بحالة الجمود الحركي والحيوي للأشهر الأولى من الحياة. إن الانتقال من الحالة الجامدة إلى الحالة الناشطة أمام الآخرين هي من بين ما يميز الإنسان كوسيلة للوجود. وتغذي نوعية التفاعلات الأولى بين الرضيع ومحيطه انطباعه بالحياة في عالم متماسك، على غرار تماسك شعوره بالإحساس الحركي. فيما بعد يقوم بتجربة جسمية تؤكد قناعته بكونه في علاقة مع العالم: إنها خاصية الإحساس بالتملك **Proprioception**، أي التجربة الحسية-الشعورية-الحركية بأن يكون متيقنا من أنه صاحب أفعاله.

إن خاصيتا الانتقال في الكيفيات والإحساس بالتملك هما تجربتان تثيران مسألة علاقة الجسم والفكر خاصة وأن الديناميكية الحسية هي العامل المشترك الموجود في هذين المفهومين الأساسيين في علم النفس التطوري **(24)**. عندما يصل الطفل إلى الوضع الذي يتيح له التنقل باستعمال خصائصه الحركية من خلال الزحف ثم المشي، سيدفعه فضوله الناشط باتجاه اكتشاف العالم الجديد الذي يحيط به. وبمجرد أن يرى السلالم أو أي لعبة جديدة على سبيل المثال، يدير وجهه نحو أمه: فإذا ما ردت هذه الأخيرة بابتسامة تشجيع فإنه يغامر بتخطي هذه "الهوة المرئية"**(25)**.

هذه التجربة التفاعلية والمتعددة الأطراف (الأشخاص) تعطي معلومات عن اشتراك الجسم في النشاط. إن "مغامرة" الرضيع بجسمه أمام أعين الأم المعجبة ستسمح له بأن يكون جاهزا ل"التفاعل" مع مختلف السياقات التي تحيط به.

وعلى غرار الرضيع الذي "يغامر" في اكتشاف العالم، يجد ممارس ألعاب الفيديو نفسه في ذات الوضعية أين تكون اليد هي الوسيلة الوحيدة رفقة العين في اكتشاف الصور وتفاعلاتها.

المطلب الثاني : إحاطة الصور لنا:

تتعرض المجتمعات عموما والمجتمع الغربي خصوصا إلى قصف بالصور، لتصبح تلك المقدمة (أي الصور) من طرف التلفزيون كعلامات مرجعية لابد منها، وتظهر وكأنها تمتلك الحقيقة. ومع ظاهرة "تلفزيون الواقع" والألعاب التلفزيونية الأخرى صار المرور عبر الشاشة الصغيرة رهانا شبه وجودي.

وقد أظهرت دراسة أمريكية أجريت على مدار أربعين سنة من طرف الدكتور فلين **Flynn** بأنه منذ قرابة 20 سنة تتجاوز اختبارات الذكاء "الغير شفاهية" بكثير اختبارات الذكاء "الشفاهية"، مما يؤكد تنامي ظاهرة التفكير بالصور لدى الشباب **(26)**. هذا الجيل الذي ولد مع التلفزيون يجسد لنفسه رواية الحياة بالصور. ويطرح تيسرون **Tisseron** فكرة أن الصور التي نشاهدها تثير فينا رنات حسية على علاقة بقصتنا الشخصية. ويستنتج من ذلك فكرة مهمة بأننا لسنا جامدين أمام الصور**(27)**.

ويقدم **ميشال ستورا Michel Stora** نموذجا لطفل في سن الثالثة عشر يقوم بمتابعته وعلاجه نفسيا من مشكلة تعلقه بالصور وألعاب الفيديو للتدليل على هذه الفكرة. فأمه امرأة سمراء طويلة وبعينين خضراوين (تفاصيل ستذكر مبرراتها لاحقا). و تقول هذه المرأة أن ابنها كان شديد البكاء عندما كان صغيرا، و الوالد غائب في أغلب الفترات. وكانت متعتها تتمثل في تقضية وقت مطول وحيدة مع ابنها أمام التلفزيون. وأثارت فيما بعد بأنها كانت منهارة، ليصبح التلفزيون وسيلة أساسية لها و لابنها تتيح لهما أن يكونا في راحة نفسية. وبإسقاط وضعية المرآة (مفهوم طوره **لاكان Lacan**)، أين تتجسد رمزية الأب كعنصر ضروري وأكيد حتى يخرج الرضيع من العلاقة الاندماجية مع الأم، يمكن فهم كيف سمح هذا السطح المضيء (التلفزيون) للطفل من الخروج من العلاقة المتينة مع أمه. وخلال إحدى الحصص العلاجية، حدّث الطفل معالجه عن فيلم تلفزيوني "تومي نوكر" (**Tomyknowker**) والذي أحس أمامه بالقلق. ولدى تفسيره لسبب هذا القلق، تحدث عن نساء طويلات لديهن القدرة على اختراق الرجال بواسطة أشعة خضراء تخرج من أعينهن. وعند رسمه لهؤلاء النساء اكتشف بأنهن تجسيد لأمه لأن عينيها خضراوان. هذا الربط الرمزي الناتج عن صور مشاهدة في التلفزيون يؤكد فرضية تيسرون عن التحول اللاشعوري للمحتوى الظاهر للصور **(28)**.

إضافة إلى ذلك، فإن هذا الطفل المقبل على مرحلة الطفولة يعاني من تشوه جسماني منذ صغره يزداد سوءا بحسب لقاءاته مع (مصدر الأعراض). ومنذ أن رأى هذا الفيلم تفاقم التشوه. ويعتبر **ماكدوغال (McDougall)** أن أي أعراض، حتى الجسدية منها، تعد بمثابة دفاع أمام الانهيار النفسي.

والظاهر أن الصور إذا كانت غير معدة تؤثر في جسدنا. هذه الفرضية أكدتها دراسة تيسرون عن أثر الصور العنيفة على الأطفال. وتظهر استنتاجات تحقيقه أن أثر الصور العنيفة كبير وحتى صادم إذا كان الطفل المشاهد في وسط عائلي لا محادثة فيه. هذا المثال العيادي يؤكد ما قيل عن ظاهرة الصور التلفزيونية كمعلم غير قابل للتجاوز**(29)**.

هذا الرابط الخاص مع الصور بمضاعفته عن طريق عضو "اليد" كامتداد طبيعي للأنا يجعل من ألعاب الفيديو محل رهان يتجاوز الجسم في بعده البيولوجي. وفي التحليل النفسي، فإن دراسة الجسم هي بالدرجة الأولى من جانب الرغبات والحوافز، وهو ما يعني بأن الوحدة النفسية-الجسدية عبارة عن معطى ميداني لكن معد عياديا. ومن ثم فإن التفكير في مكانة الجسم في ممارسة ألعاب الفيديو يرتكز على مسألة الوحدة النفسية-الجسمية.

المطلب الثالث : لمس الصورة كفضاء أحلام ضروري:

واستكمالا لنفس الحالة بدأ جوناتان يعي ضرورة الخروج من سيطرة صورة الأم وأبدى رغبة، مكسوة ب"السادية"، في "الدخول في صورة" هذا الفيلم وإيجاد طرق لمكافحة هذه الهجمات النسوية. ويبدو أن هذا الوهم مشترك بين الكثير من الأطفال الذين يجلسون بمفردهم أمام الصور التلفزيونية.

وتقترح لعبة الفيديو نفس الوهم ب"لمس" الصورة، والدخول فيها وخصوصا مواجهتها. فأمام الظلم هناك حلان: المقاومة أو القتال، وألعاب الفيديو تعطي لنا وسائل تطبيق الحل الثاني. وتتوافق هذه الفرضية مع مواضيع ألعاب الفيديو التي تتعلق عامة حول سياقات مواجهة (قتال – غزو – رياضة – ..).

ويموقع التحليل النفسي، وفرويد تحديدا، طفو النبضات السادية في المرحلة **(anal؟؟؟؟). فعن** طريق التحكم بالمصرات (العضلات العاصرة) وتعلم النظافة يبدأ رجل المستقبل مرحلته الأولى في اعتراض السلطة الأبوية. ومن خلال هذه التجربة حاول فرويد استخراج رهانات الجمود والنشاط. وقد شدد فرويد على الأهمية الحيوية للتحكم النفسي عند أي شخص**(30)**. والرابط مع عالم ألعاب الفيديو الموصوفة بالعنف تسائلنا عن المرحلة الضرورية لطفو النبضات **(pulsions)** السادية الجنسية: اليد "تفاعلية" وليست "جامدة" أمام ترابط النبضات. والقسم الخاص بالتوتر العضلي كوسيلة للتحكم في الآخر الذي لا يرضينا بصورة كلية والتحكم في (نظام اللعب) تتيحه ألعاب الفيديو.

ـ اللعب سلوك لا إرادي:

بالدخول أكثر في تفاصيل ما يسمى بنظام اللعب (**GamePlay**) يمكن القيام بعملية مقارنة مع قيادة السيارة أو بالأحرى تعلم القيادة. هذه المقارنة تكتسي أهمية لأن السيارة رمز جنسي. فبعد سنوات من التجربة، يصبح تناسق كل الحركات الضرورية للسياقة بالتلاؤم مع قانون المرور شبه آلي. ولا يتم استذكار الانتباه والقدرة على التكيف من عدمهما، سوى في الحالات القصوى للحوادث أو عند الخطر مما يقتضي القيام بحركات من مثل عملية التفادي. ومن ثم كلما زاد التنسيق الحركي كلما صار الفعل لا إراديا وآليا.

إن تعلم نظام اللعب للعبة ما أو لأخرى يقوم باستظهار قدرات الانتقال في الكيفيات (**Transmodalité**). هذا الانتقال في الكيفيات مشابه للتجربة القديمة للرضيع في ابتهاجه باكتشاف علاقة السبب للأثر عندما يتحرك في محيطه. إن الوهم بالانغماس الذي تقترحه لعبة الفيديو عن طريق واقعية الرسومات تتيح نسيان، إن تم التحكم فيها، نظام اللعب شيئا فشيئا خلال الممارسة. و هناك شعور حقيقي بالمتعة في اكتشاف نظام اللعب بالنسبة للعبة من خلال تجريب تنظيمات أو ببساطة عندما تستجيب "شخصية اللعبة" للأصابع والعين، عندما يصبح استيعابها حركة شبه آلية.

بالمقابل فإن أوجاع العضلات والمفاصل المرتبطة بمسك الفأرة أو جهاز التحكم غالبا ما تثار من طرف اللاعبين الذين يمارسون باستمرار ألعاب الفيديو (أحيانا لعدة ساعات يوميا). وبالاستفسار بشكل معمق عن هذه الأوجاع يلاحظ بأن توقيت وشكل ظهورها ليست "عفوية" (تظهر بالخصوص في ألعاب الإستراتيجية).

ـ الأنا العظيم:

إن لعبة "**المدنية Civilisation**" التي ابتكرتها مؤسسة "**سيد ماير Sid Meier**"تتطلب إدارة وتضخيم مدنية سواء من منظور اجتماعي و تاريخي و علمي و اقتصادي وحتى عسكري. ونظام اللعب يمر عبر التحكم في الجهاز **L'interface**: وتصبح اليد هي "المسيطرة" وامتدادها عبر الفأرة يجب أن يتدخل عدة مرات على نحو يجعل من عناصر مدنيته مرتبة بشكل دقيق. إن الألم كإشارة على توقف الوهم بالانغماس يعود مبدئيا إلى طبيعة وخصوصية هذا النوع من الألعاب، أي التوتر الناتج عن تتابع حركات صغيرة (ضغط بسيط أو ضغط مستمر وضغط متتابع لأزرار لوحة الرقن) مع السياق والتقمص الكبير للعبة "المدنية".

هذا النوع من عدم التجانس بين حسية دقيقة ورهان ضخم للنرجسية يحول اللاعب إلى "صانع ماس" يعمل بواسطة العدسة المكبرة وهو منحني باتجاه أدوات ثمينة. وبخلاف ألعاب أخرى تعد بدورها ألعاب استراتيجية لكن تجري في زمن حقيقي وتقدم تجانسا زمنيا وفضائيا، تضع لعبة "المدنية" ومثيلاتها اللاعب منذ البدء في الحركة. فيصبح "الانقباض العضلي" مؤشرا للتوتر والاشتراك السردي (الروائي) في اللعبة. هذه اللحظات هي التي تضع تقمص الأنا العظيم في خطر**(31).**

"هذا السرد الحسي (الروائية الحسية) تستعير مفهوم "الغلاف الما قبل سردي لستارن**(32).** ويتعلق الأمر بقصص وتحديدا بحكايات يرويها الإنسان حول وضعيات حياتية يواجهها. الحاجة إلى التجانس تبدو حيوية وعند كل حدث لا بد من تحديد بداية ووسط ونهاية. ولعبة الفيديو تقترح سياقا تبنى فيه القصة بفضل اللاعب. العنصر الضروري لإنهاء هذه الحكاية هي في الأثر المرتبط بهذا السرد. والرغبة في "إنهاء وبأي ثمن" لمهمة ما والإصرار الذي يتطلبه ذلك يجعل من اللاعب وجسمه وعاء رهانات التحكم في هذا السرد الحسي.

ـ اللعب كوسيلة لإثبات الوجود:

هناك من الألعاب ما يشتغل وفق نظام **FPS (First Person Shooter)**، أي "الشخص الذي يرمي أولا". ويشتغل جهاز هذا النوع من الألعاب وفق نظام الرؤية "الغير موضوعية"، وهو خاصية موجودة في السينماتوغرافيا. نظام اللعب يقترح حركات قريبة من الواقعية: المشي والركض والجلوس على الركبتين أو على البطن والقفز والرمي والتقاط الأشياء. إذا منذ البداية يوجد الإحساس

بالانغماس ومن الممكن أن نفاجأ بالركض في الديكورات المقترحة أين يتيح المحيط السمعي (الأصوات المنبعثة عن الخطوات بحسب مختلف أنواع الأرضيات: بركة ماء أو سجاد...) الإحساس بالمتعة. هذا النوع من الألعاب يقترح "حاسة سادسة" مميزة، وهي الحركة. فالاتجاه نحو واقعية كبيرة للديكور والشخصيات والأصوات، تجعل من هذه الألعاب الممارسة فرديا على جهاز الكمبيوتر ملجأ للوهم الانغماسي وتكون ملائمة جدا للأطفال الذين "يرضعون" الصور.

وتثري أجيال ألعاب الفيديو ذات الأبعاد الثلاثة، البعد الحُلمي، وإن كان رقميا، والذي يمثله "الدخول في الصورة والتحكم فيها". هذا الإحساس بالتحكم، يمتد عبر عضو "اليد"، مما يؤكد بأن لعبة الفيديو من خلال جهازها ونظام اللعب فيها تصبح بمثابة شكل التقاء ل Schème حسي-شعوري-حركي تقليدي**(33)**. ومجددا فإن الإفراط في التوتر العضلي الذي يتسبب في آلام، هو الذي سيكسر الوهم الانغماسي والإشارة إلى عدم التحكم في مرحلة ما من اللعبة. والتحكم لا يعني فقط التحكم العضلي ولكن أيضا على المستوى النفسي، القدرة على تغيير مجرى الأحداث في خضم نرجسية قوية، بهدف الوصول إلى "متعة الانتصار". ومن ثم فإن الجهاز هو في خدمة "الأنا".

غير أن جهاز أغلب ألعاب الفيديو يتطلب إتباع قواعد محددة تجعل من الذكاء الاصطناعي أو مبرمج اللعبة ممثلا لـ "ما فوق الأنا الافتراضي"**(34)**. ولعبة الفيديو ليست فقط أداة للتفريغ ولكنها تفرض قواعد "نظام لعب" متجانس مع السرد الذي تقترحه اللعبة.

- الالتزام بالقواعد:

يفرض نوع معين من ألعاب الفيديو الالتزام بقواعد معينة، من مثل عدم الاستعمال المفرط للأسلحة رغم توفرها من أجل الحفاظ على سرية شخصية اللعبة، أو عدم قتل شخصية معينة، وإلا خسر اللاعب. مثل هذه الوضعيات تخلق توترا مضاعفا طالما أنه في المهمة السابقة كان الأمر يتعلق بالرمي بأقصى سرعة ممكنة على كل شيء متحرك. واللاعب يضطر هنا إلى مراقبة يده وهي على الفأرة ومن ثم يزول الإحساس بالانغماس. على هذا الأساس تتغير القاعدة من "قتل أكبر عدد ممكن من الأعداء" إلى "الاحتفاظ بأكبر سرية ممكنة" مما يضطر اللاعب إلى مواجهة و تحمل الحرمان. هذه القدرة على تحمل الحرمان لها قصة، وألعاب الفيديو تأتي لتكشف عنها. هذا التقييم يتأكد من خلال أهمية الرهانات النرجسية للكثير من الشبان أمام الصور: منهم من يصل إلى مستوى من اليأس بسبب عدم التوصل إلى القيام بمهمة افتراضية ما. إن الأمر بمثابة جرح نرجسي والغضب من عدم القدرة على المواظبة سيكون غالبا موجها إلى طرف آخر، من مثل المبرمج أو مصمم اللعبة.

ويبقى الذكاء الاصطناعي وهما، لكن وهم ضروري في جاذبية اللعبة. وفي حالة الرضيع، فإن التكرار وتجربة "المحاولة-الخطأ" هي التي تسمح له بأن يبني نفسه في عالم متجانس. غير أن ستيرن **(35)** يرى بأن الرضيع لا يتحمل التكرار المستمر ويضع هذه الفكرة على علاقة مع مفهومه ل"العطاء العاطفي". فإذا ما كررت الأم بدون توقف نفس التفاعل، سيعبر الرضيع عن سأمه بإدارة وجهه مثلا. وبشكل مماثل فإن اللاعب الذي يتعود بشكل مستمر على عوالم الألعاب المعقدة، يضطر أحيانا إلى إعادة اللعب لعدة مرات في نفس المستوى قبل أن يتخطاه. التكرار المستمر لنفس التفاعلات وتخطي المستويات ب "المحاولة-الخطأ" يمكن أن يؤدي إلى الضجر. غير أن الذكاء الاصطناعي"يعرف" كيف يتكيف من خلال تنويع الوضعيات، مما يؤدي إلى تطوير عمليتي الاستباق والتعديل أمام "الأعداء". وفي كل مرة يعود فيها الجدول إلى نقطة البداية تتنوع التفاعلات حول نفس الموضوع وفق سياق وزمن اللعبة مما يثري الوهم الانغماسي. و تؤدي هذه الأخيرة إلى النسيان، أو بالأحرى إلى آلية الحركة.

ويسعى عالم لعبة الفيديو و"نظام اللعب" فيها إلى أن يكونا واقعيين إلى أقصى حدد ممكن، طالما أن الهدف الأسمى هو نسيان الأجهزة. وبالتالي فإن وظيفة لعبة الفيديو هي توتير الجسم، هذا الجسم الذي لا يظهر إلا في صعود وضعيات التوتر بين دال (الشكل ونظام اللعب) و مدلول (العمق ومحتوى اللعبة).

المبحث الثالث : الحضور في البيئة :

تتطلب ألعاب الفيديو أكثر فأكثر قوة في الحسابات من طرف جهاز الكمبيوتر. والهدف الواضح من قبل المطورين هو غمس اللاعب في عالم من الصور الصناعية ذات المصداقية. غير أن الباحثين في حقل "الحضور" أظهروا مسالك بديلة في التفكير في الإحساس بالوجود في عالم آخر. فما هي العوامل التي يمكنها خلق إحساس بالحضور؟.

إن النظام التقني وسيط بين جسم اللاعب والبيئة الافتراضية. وهناك عدة طرق لتنظير هذه الوساطة وبالتالي عدة أنماط تفسير مقدمة من أجل شرح غياب الوعي بالنظام التقني خلال النشاط.

المطلب الأول : نظرية الانغماس (التفسيرات التقنية)

إن نظرية الانغماس هي مبدأ تقني في التصميم يهدف إلى خلق جهاز نموذجي مع العالم الاصطناعي، من ناحية أنها لن تتطلب أي تعلم **(36)**. ويحدث هذا عبر لواحق توصف ب"الانغماسية"، لتقوم بالتوفيق بين "القنوات" الإدراكية والحركية للإنسان مع مدخلات ومخرجات النظام التقني. ومن هذا المنظور، كلما انغمس المستعمل مع اللواحق التي تتيح له التصرف "طبيعيا"، كلما قل إحساسه بالنظام التقني (الذي يصبح حينذاك شفافا)، ويزداد بذلك إحساسه بوجوده في العالم الافتراضي **(37)**.

وبعبارات أخرى، فإن نظام الواقع الافتراضي يجب أن يقلد الواقع من دون أن يكون ظاهرا**(38)**. إن المحدودية الأساسية لهذه المقاربة هي أنها تقتضي إخفاء الأدوات من خلال تقليد دقيق للواقع في حين أن هذه الأدوات ليست موجودة بالضرورة في الواقع.. هذه النظرية مبنية على نظرة تقنية. ونتطرق الآن إلى البحوث الموجهة نحو الإنسان.

المطلب الثاني : نظريات الحضور :

هناك عدة آليات مقدمة فيما يتعلق بالمستعمِل (بكسر الميم)، من أجل تفسير غياب الوعي بالنظام التقني وبالتالي الإحساس بالوجود في عالم افتراضي ابتدعه هذا الأخير. ويعد "الحضور "حقل الدراسة لهذا الإحساس. والحدود ضيقة جدا بين هذا الحقل من الدراسة ونظرية الانغماس، لأن هذه الأخيرة، تم استخدامها كما سنرى لاحقا في حقل الحضور. وإذا كان الباحثون في هذا الحقل ينخرطون أحيانا في نظرية الانغماس، فإنهم يتميزون بمقاربة مركزة على الإنسان بدل تصميم النظام.

اللواحق كجهاز بين الممارس والعالم الافتراضي:

تكتسي المقاربة الأولى للحضور بنمط "جغرافي": فهي ترتكز على فصل بين بيئتين، الأول واقعي، والثاني افتراضي. ومن بين الدراسات في هذا الاتجاه نجد أعمال **شريدان Sheridan** (1992) و **ستوير Steuer** (1992)، **سلاتر Slater** و **أوزوه Usoh** (1994)، **ويتمر Witmer** و **سنغر Singer** (1998) أو **لومبارد Lombard** و **ديتون Ditton** (1997) **(39)**. ويتقاطع هؤلاء في مقاربة الإنسان كحاضر ماديا في البيئة الواقعية و حاضر نفسيا بدرجة أقل في بيئة أخرى – إحساس ناتج عن وهم بالتماثل مع الواقع من هذه الأخيرة، وجعلها ممكنة بإضافة لواحق "شفافة" بين الإنسان وبيئته المادية. من جهة أخرى، يتفق الباحثون أيضا في تقديم "الحضور" كمفهوم متعدد المعاني: عدة عوامل غير منفصلة عن بعضها البعض هي سبب هذا الإحساس. ويشار إلى أن مختلف مستويات تحليل الإدراك والحركية وحتى الانتباه قابلة للتكيف مع هذه المقاربة. غير أنها تبقى محدودة عندما يتعلق الأمر باستيعاب النشاط في مجمله كعامل حضور**(40)**.

اللواحق كاستمرارية لجسم الممارس:

تعتبر هذه الرؤية أن الممارس يبني نفسيا علاقة جسمه باللواحق وشفافية هذه الأخيرة. ويبني **مارش Marsh** و **ورايت Wright** و **سميث Smith** (2001) نظريتهم عن الحضور على أعمال **وينوقراد Winograd** و **فلوراس Flores** (1986). فهم يؤكدون بأن الممارس يجب أن يتم إبقاؤه في تدفق نشاطه من أجل رفع الإحساس بالحضور. وفي الحالة المعاكسة، لا يجري النشاط كما كان مرسوما له، ليحدث ما يسمى بانكسار الوهم **(41)**. فاللاعب عندما يستعمل بيئة افتراضية، يخلق آليات تسمح له بعدم الانتباه للحركات المادية في البيئة الواقعية. إذا يحدث حضور في العالم الافتراضي. ويتطرق هؤلاء الباحثين إلى مسألة الإنسان في تفاعله مع العالم من جهة نشاطات موجهة نحو هدف. ويدخلون تمييزا بين واقع وافتراض بتكييف الإحساس بالحضور نحو وجهة الانتباه لبيئة افتراضية. ويعتقد **كزافيي روتو Xavier Retaux** بأن مستويات التحليل المستخدمة من طرف هؤلاء الكتاب مضاعفة ومن ثم متنافرة. فبالتسليم بأن الوسيلة الإعلامية مدمجة بشكل قوي مع النشاط حتى تصبح شفافة، فهم يتغاضون بأن هذا البناء وهذا النشاط موجه نحو هدف مستقل عن التمييز بين الواقع والافتراض **(42)**.

وساطة اجتماعية وثقافية ثابتة:

هذا الهدف لا يمكن أن يقتصر على آليات إدراكية وانتباهية. فهو مبني من طرف اللاعب على نحو فعال وواعي واجتماعي. ومن الضروري تبني مستوى آخر من التحليل للتمكن من التحرر من التوترات بين الافتراضية والواقعية التي تحاول المقاربة الإدراكية إلى إحيائها دوما وإعطائها قيمتها في بناء علاقة الممارس مع الجهاز التقني.

فعلى سبيل المثال درس **ماكغريفي McGreevy (1992)** عمل الجيولوجي في وضعيات واقعية، أولا في وضعية معتادة ثم في ظل وساطة نظام الكاميرا/قناع للواقع الافتراضي. وأظهر الباحث بأن حضور الجيولوجي مرتبط بالوسيلة التي يتوصل بها إلى إنجاز عمله بوساطة أو من دونها. ولا يجب أن تختصر الوساطة التقنية الاستمرارية الثابتة والحركية للبيئة بالنسبة للجيولوجي. ولا يكمن المشكل في عدم قدرة التكنولوجيا على إعادة إنتاج دقيق للبيئة الواقعية في مجملها، ولكن في منع التكنولوجيا للجيولوجي من العمل كما اعتاد عليه بأسلوب فعال لأنه مضطر إلى القيام بتعلم طويل **(43).**

بالنسبة ل **مانتوفاني Mantovani** و **ريفا Riva** (2001) كل تجربة يتم القيام بوساطة ثقافية واجتماعية فيها. ومن ثم فإن واقع بيئة الإنسان ليست أكثر تميزا في الواقع الافتراضي منها في حالات أخرى. ويرى هذان الباحثان بأن عامل الحضور هو حركة معتمدة بيئيا (لها معنى لدى الممارس) عبر وساطة ثقافية و اجتماعية. ولا يوجد سوى بيئة واحدة لدى الإنسان، وهي المتعلقة بقدرات النشاط عبر وساطة ثقافية أو اجتماعية ضرورية **(44).** الباحثان قريبان من الرؤية التي قدمها **بيغان Béguin** و **رابارادل Rabardel (1997)** في دراسة عن الإدراك من خلال الكمبيوتر (**CAO**) بأن مادية الأشياء تبدل من الورقة إلى البطاقية (**Fichier**) التي تصبح مقر نشاط اللاعبين. ويخلص الباحثان إلى أنه من ناحية النشاط، إزالة الجانب المادي ليست "صحيحة" حقا وغير "إجرائية" أيضا، لأن هذا الحد لا وجود له من منظور نشاط اللاعب. وهذا يعطي الانطباع بأن التمييز بين الواقع والافتراض ليس مناسبا من منظور النشاط **(45).**

المبحث الرابع : مجتمعات اللعب في الشبكة أو الاعتراف بالمشاعر:

كثيرون هم المنظّرون الذين أعطوا تأملات حول مستقبل الإنسانية بناءا على تأثير التكنولوجيات الجديدة في الحياة اليومية. وغالبا ما يتم الحديث عن زوال الجسم عندما يتم ربط "الروح" بالشبكة العنكبوتية العالمية المسماة "إنترنيت". وبرغبتنا في الاهتمام عن قرب من المسألة، سيتم التطرق بالخصوص حول حالة اللاعبين في الشبكة والذين يمثلون مثالا نموذجيا عن المجتمعات الجديدة على الخط أين تكون العلاقات بين اللاعبين مستقلة مبدئيا عن الوعاء الجسمي. ويهدف هذا المبحث إلى تحديد المكانة التي يلجأ فيها "الإنترنوتي" إلى جسمه عندما يلعب وكيف يخلق لنفسه الرابط الاجتماعي عندما تكون العلاقات بين الأشخاص فارغة من الحضور الجسدي.

ويتيح كم الدراسات التي تناولت التكنولوجيات الجديدة والمجتمعات على الشبكة تحديد اتجاهين رئيسيين عن مكانة الجسم الإنساني.

في الثمانينات، برزت مع **ويليام غيبسون (William Gibson)** الحركة الأدبية سيبربانك (***Cyberpunk***) (المبنية على رؤى عوالم مستقبلية أين يجري النشاط في فضاءات افتراضية). وقد تطور الخيال المرتبط بأنصاف البشر –أنصاف الآلة شيئا فشيئا. وعلى النقيض من هذا الانبهار بالجسم المحول، يتموقع المنادون برفض اللحم (البدن). وبالنسبة **لفيليب بروتون** فإن الأعمال توالت جراء ذلك وصارت محصلة الرؤية التي تعتبر بأن الجسم كمصدر للفردانية "يعد عقبة في اجتماع الأرواح في نفس المجموع المعلوماتي**(46)**. ويصف بعض المنظرين ما يسمونه بالتعبد الجديد مع الإنترنيت**(47)**. وسواء تعلق الأمر بجسم مُحول أو مُتجاهل، أسال الموضوع الكثير من الحبر.

ولعل أكثر الكتب رمزية في طرح المسألة ذلك المعنون **"الوداع للجسم L'adieu au corps"** والذي يشرح فيه صاحبه دافيد لوبروتون كيف أصبح الجسم الآن "عبئا وغير ذا حاجة" للإنترنوتيين**(48)**. ومن المؤكد أن تصور الجسم يعد موضوعا ذا أهمية بالغة منذ ظهور الإنترنيت، وبعيدا عن محاولة التنبؤ بمستقبله، سيتم التطرق إلى المكانة التي يحتلها اليوم في أعين الإنترنوتيين.

ومن ثم فإنه من الضروري دراسة مسألة الحضور الجسماني الواقعي عندما يلعب الأفراد على الشبكة عن طريق شاشة جهاز كمبيوتر وعن التصور الذي يكونونه عن أجسامهم وعن أجسام الآخرين. وتتيح دراسة الاستجوابات ضمن أفق سوسيولوجي، إلى تحديد بعض الاتجاهات. إن إدراك التجمعات والرابط الاجتماعي بين الإنترنوتيين يتيح حصر مفهوم للجسم. وفي البداية، سيتم إظهار أنه بالنسبة للكثير من الأشخاص يتطلب اللعب على الشبكة الاشتراك ضمن جماعة. وسيتم وصف مختلف التصورات التي تضعها عن نفسها وكذا الرابط الاجتماعي الذي ينسجه اللاعبون بناء على ممارستهم وعلى نظرتهم للجسم. وسيتم في مرحلة ثانية التعرف على الآثار التي يتركها الجسم عندما يكون اللاعب على الخط،

بوصف مختلف أنماط الحضور. كيف ينظر إلى الجسم الواقعي؟ ما هي علاقته ب"جسم" الشخصية المعلوماتية؟ كيف ينظر إلى جسم الآخر؟ وسيتم في الخلاصة تبيان ما الذي تقتضيه هذه التصورات.

المطلب الأول : التجمعات:

- إحساس بالانتماء المجتمعاتي:

إن الإحساس بالانتماء إلى تجمع هو العنصر الأول المستخلص من المقابلات. والظاهر أنه من المسلّم لدى المستجوبين الانتماء إلى شيء أكبر عن مجموعة لاعبين. ففي الحد الأقصى يتموقع الذين يجتمعون في مجموعات مغلقة من أجل المشاركة في مسابقات عالمية على الخط، إلى آخر، وهم الإنترنوتيون الذين يكونون دوائر صداقة في شبكات محلية. ويتحدث المستجوبون عن تجمعاتهم بالقول: "مع اللاعبين، التجمعات تكون يومية على غرار تجمعات مقاهي وحانات الحي" وهي تشير بشكل ما إلى "تقاسم للتجارب" كما يشير إليه أحد اللاعبين والذي يضيف بأنه مقارنة بالتجمعات الأخرى على الإنترنيت مثل تجمعات "المحادثات **Chats**" "اللعب أمر مختلف .. ومع اللاعبين العلاقة أكبر ... فهي ليست مغلقة، وكلنا نواة واحدة طالما أننا نلتقي نفس الأشخاص في ساعات معينة".

ويبدو أن نوعا من الإحساس بالتضامن يغذي الأشخاص المعنيين، شيئا فشيئا، ومن لقاء إلى آخركما يقول أحد محبي لعبة "نو وانس **ليفس فوريفير** ***No One Lives Forever*** **"(49)** "هناك نوع أو اثنين من الذين ألتقيهم صدفة من دون أن نعطي مواعيد بيننا. نبدأ بتعريف أشياء فيما بيننا، وإذا ما وقعت على لاعب طيب سيعلمك مثلا كيف تصعد على قمة منحدر". هذه الروح الرياضية الظاهرة يمكن أن تحدث على المستوى الدولي أو على بنك معلومات **(Serveur)** خاص، فيتم توسيع الأمر إلى مجتمعات أكبر تضم ممارسي ألعاب مماثلة أو متقاربة. ويبدو أن التضامن يتم نسجه جزئيا في منتديات المحادثة أو على عناصر أخرى موجودة في محيط اللعب: "نتحدث بالخصوص على خارج اللعب" يقول أحد المستجوبين: "المحادثات تنطلق في المنتديات أو على ال " ***ICQ*****(50)**. وعلى هذا فإن عاشق لعبة "نو وانس ليفس فوريفير *No One Lives Forever* " يحب أن يقضي وقتا على موقع **Nolf Girl** أين يتم تبادل مختلف المعطيات الشخصية.

- رابط اجتماعي أو رابط لعب ؟:

إذا ما كان اللاعبون الإلكترونيون يجمعون حول انتمائهم إلى تجمع ما، فإن طريقة الحكم عليها يختلف بحسب السبب الذي يلعبون من أجله. ففي الوقت الذي يلعب البعض على الإنترنيت لأسباب متعلقة بالإحساس بالمجتمعي، يقوم آخرون بذلك من أجل نوعية اللعب فقط، وبخصوص المنتديات فهي من أجل خلق صداقات حول اللعب ووضع الخطط، ومن النادر أن تتحول إلى صداقات في الحياة الواقعية. ويحدد

اتجاه الممارسة سواء من أجل الإحساس المجتمعي أو اللعب بشكل مباشر للاعبين الأهمية التي يولونها للاعبين الآخرين.

وبالنسبة للكثيرين، يعد اللعب أمام أشخاص آخرين فائدة على مستوى اللعب فقط. وبعيدا عن الاهتمام بالأشخاص الواقعيين، يبدو أن هؤلاء اللاعبين يهتمون بشخصيات الألعاب فقط.

وفيما يخص الأشخاص الذين تحركهم دوافع مرتبطة بالبعد الاجتماعي للعب على الشبكة، الأمر مختلف. فهم يعتقدون أن التعرف على الآخرين (جسمانيا) يضاعف المتعة لعشرات المرات، من خلال اللعب سوية وتجربة أشياء والاختباء في أماكن ما من أجل مواجهة العدو سوية.

ويظهر هذان النوعان أن تجمعات الشبكة يمكن أن تتشكل على أسس مختلفة. فبالنسبة للصنف الأول، يتم التخلي عن الأبعاد البصرية واللمسية للعلاقات بين اللاعبين لصالح بعد داخلي محض. وبالنسبة للصنف الثاني الذي يحب أن يلتقي بعضه ببعض متبنوه يضيفون إلى بعضهم البعض تصورا ذهنيا عن جسم الآخرين عندما يكونون في الشبكة.

المطلب الثاني : الجسم

يلاحظ أن اهتمام الإنترنوتي باللاعبين الآخرين أو فقط بشخصيات اللعب لديهم، يبقى البعد الجسماني في قلب الممارسة. ففي الوقت الذي يكون فيه انتباه اللاعب مركزا في فضاء زمني جديد، يدعم الإحساس الذي يخلقه اللعب، في البدء، الحضور الموضوعي ويجلب الانتباه إلى الجسمانية، سواء الخاصة به أو الخاصة بالآخر، خياليا كان أم واقعيا. ويأخذ الجسم بذلك أهمية خصوصية يمكنها أن تخلق لاحقا روابط تجمعاتية بالمعنى الذي يعي فيه اللاعب بأنه ليس لوحده ويجسد ذهنيا رفقاءه. ويبدو أن نوع الإحساس الذي يشعر به في ألعاب الشبكة يسبب نوعا من الوعي بالجسم وبحضور في العالم يختلف بحسب الممارسة. ويربط اللعب في الشبكة الشعور بثلاث تصورات للجسم: "الواقعي" و "الافتراضي" و "التخيلي"**(51)**.

الحضور الواقعي:

يبحث الإنترنوتيون عن إحساسات قوية، وجديدة من أجل العيش بشكل أكثر إثارة، كما أوضحه ديريك دو كيركهوف Derrick de Kerckhove مع ممارسي رياضات المجازفة **(52)**. ويقول أحد مستجوبيه: "إنها شيء أخّاذ فعلا. لن أقول بأنها مخدر، لكنني أنفصل كلية عن الواقع، وهو ما يخلق إحساسا بالمتعة لدي". إذا بالتوازي مع الحاجة إلى الإحساسات القوية التي ورد ذكرها في السابق، والتي تؤكد على البعد الجسماني، هناك رغبة في الهروب: "تحس بأنك تعيش ذلك فعلا. أنا ألعب بقناع وبقليل من الإنارة فقط، وأحس بأنني مندمج تماما". يقول أحد اللاعبين المستجوبين.

وبعيدا من أن تكون متضادتان، تتكامل الظاهرتان. ويقول فرانسوا شيرباز **(53)** بهذا الخصوص: "الإنسان الذي يترك العنان لمتعته ينسحب إذا من العالم، وبعيدا عن العالم، ينزلق في جسمه، إنه جسم". إذا هنالك شعور بالجسم عندما تظهر المتعة. وبالنسبة لديريك كيركهوف، هذا الشعور يحدث عندما يتوقف عنصر عن العمل **(54)**. ويتزايد الوعي والإحساس بالجسم، وبفرصة امتلاكه، عندما يتم تضييع الإحساس بوجوده البدني عندما يكون اللاعب في الخط. ومن خلال الامتداد، تدعم، شخصيات اللعبة التي يتم التحكم فيها من خلال الأقنعة الرقمية التي توضع عند اللعب على شبكة الإنترنيت، هوية اللاعب ذاته **(55)**. هذه النقطة مهمة أيضا بالنسبة ل **فيكتور سايدلير (Victor Seidler)**، الذي يعتبر بأنه ضمن ثقافة مركزة على المعرفة اللامتقمصة، يحدث ما يسمى بالهروب في نزوات عقلية **(56)**. وتدعو احتمالات المعرفة المُتقمصَة إلى علاقة مغايرة مع العالم الافتراضي. فعوض أن تكون مكانا يتم الاختباء فيه، يتحول هذا الأخير إلى مكان نتعرف فيه الكثير عن ذواتنا. ويرى سايدلير، بأنه بدئ اليوم في التفكير حول علاقتنا مع الجسم بطريقة مغايرة وأكثر استبطانية، وبدأنا في ملاحظة أن الفضاء الافتراضي يؤدي إلى الاعتراف برغبات لم تؤخذ في الحسبان سابقا **(57)**.

- الحضور الافتراضي

يعتبر الكثير من اللاعبين، سواء كانوا من الذين يمارسون لأهداف "اجتماعية" أو لأهداف اللعب المحض، بأن الشعور المنبثق مرتبط بنوع من التماثل مع الشخصية الافتراضية. ويربط اللاعبون المستجوبين، الإحساس بالتوتر بنوع من الالتحام مع الشخصية التي يلعبونها. ويعتقد **لورون تريمال (Laurent Tremel)** بأن اللاعبين يبحثون عن الهروب عن المشاعر التي يحسون بها من خلال الشخصية الافتراضية **(58)**. ويعد اللاعب الذي يحب أن "يتماثل مع الشخصية الكاريسماتية" دليلا على ذلك. ويذهب البعض منهم إلى حد الخلط بينهم وبين شخصيات ألعابهم في "الحياة الواقعية"، إذ يتم في الكثير من الأحيان استعمال عبارات خاصة باللعبة في المحادثة اليومية العادية، كما يقوم بعض هواة الألعاب بلبس نفس الهندام الذي ترتديه شخصيات ألعابهم ويعيدون إنتاج نفس وضعيات اللعب في حياتهم الواقعية.

ويعتقد **ويليام غيبسون William Gibson** أن هواة ألعاب الفيديو هم أنفسهم آليون، لأنهم التحموا أصلا مع أجهزة الكمبيوتر **(59)**. وإذا كانت نظريات هذا المؤلف متطرفة نوعا ما، هذا لا يمنع من أن تصريحات بعض اللاعبين تؤكدها أحيانا، حيث يتحدث بعضهم عن إحساسات بالعالم الآخر عند توفير ظروف معينة من مثل توفير محيط مظلم وموسيقى صاخبة. ويتحدث **ستيفان هوغون Stéphane Hugon** عن أن اكتظاظ الشبكة، يؤدي إلى مرور نحو فضاء آخر أين تكون الشبكة تجربة في حد ذاتها، وطريقة في الخروج من الذات **(60)**. إن فكرة "هروب الذات في التماثل altérité" المطورة من قبل

ميشال مافيزولي Michel Maffesoli يمكن أن تثار هنا **(61)**. وبالمثل، يترجم مفهوم "الامتداد" الذي تحدث عنه **ديريك دو كيركهوف**، الإحساس بضياع الحدود الجسمانية الدقيقة. فبالنسبة له، "لا وجود لأفق في الإنترنيت، ولكن فقط امتدادات وانقباضات"، مضيفا أبعد من ذلك بأنه يلاحظ "امتدادا رائعا للبعد النفسي" **(62)**. وكذا غيابا للجاذبية في الفضاء الاتصالي **Cyberespace** يؤدي إلى أثر لا ثقلي سيسميه "أثر السوبرمان" (نسبة إلى شخصية الرسوم المتحركة والأفلام السينمائية سوبرمان) **(63)**.

- الحضور المُتخيَّل:

يشير **ستيفان هوغون** إلى المفارقة في تعريف **غيبسون**، الذي يتحدث عن الفضاء الاتصالي **Cyberespace**، كمكان لا تقمصي ولكن في نفس الوقت كتجربة حساسة متقاسمة **(64)**. هذه الأخيرة لا يمكن أن توجد بدون الفكرة التي يكونها اللاعبون عن الآخرين وراء شاشاتهم. وخلال الخطوات الأولى في العالم الافتراضي، يترسخ الوعي بالآخرين بشكل خاص. "في البداية لم أكن أعلم ضد من ألعب وكنت أعتبر أنه من الرائع تخيل أشخاص مثلي وراء كمبيوتراتهم" يقول أحد اللاعبين. ويتحدث آخر قائلا "ما أحب في اللعب في الإنترنيت هو أن تلعب ضد شخص يوجد أيضا في قاعة وهو متوتر بسببك"، أو "أنك لا تعرف الشخصيات التي تلعب معها ولكن تتخيلها". ويرى **برنارد كاتلات (Bernard Cathelat)** بأن التفاعل الاكتروني يؤدي إلى نوع من الإنسانية و "الحضور العاطفي" **(65)**.

إن مجرد تخيل الآخرين مرتبط هنا بشكل مباشر بالممارسة. فبالنسبة للاعبين المهتمين باللعب قبل أي شيء، يبدو أن هذا الشعور بالآخر وراء جهاز الكمبيوتر، أو هذا التجسيد العقلي للتماثل، يظهر خلال عمليات الربط الأولى في الإنترنيت، لتختفي تدريجيا مع الممارسة ومستوى اللعب. ويصبح من "العادي" ضد أشخاص آخرين ولا نفكر فيهم أصلا، لتبنى الممارسة التجمعاتية بشكل طبيعي. وفي هذا الخصوص يقول أحد اللاعبين: "في الحقيقة، عندما قمت بالربط للمرة الأولى وجدت رائعا رؤية الشخصيات تتحرك وتقول لي بأنهم أناس يقومون بذلك في بيوتهم. فيما بعد تمر إلى مستوى أعلى ولا تنتبه للأمر وتتقبله".

بحسب عبارة **أوليفيي ديانس Ollivier Dyens (66)** يعد الجسم بمثابة "البلد اللامنتهي لخيالنا". فبالنسبة للاعبين المدفوعين من البعد الاجتماعي للممارسة، التمثيل العقلي للبعد البدني للآخرين يحتل مكانة معتبرة. "إن حفر الخيال الموضوعي في التآزر الشبكي لعشرات الآلاف من الأشخاص" والذي يصفه **ديريك دو كيركهوف** في الحديث عن "المدن الافتراضية في الشبكة" **(67)**، تؤدي إلى أثر نجده في المدن الحقيقية. ويصفه البعض ذلك بأنه "شعور بالتعدد" يخلقه أناس لا نلاحظهم ولكن نحس بإحاطتهم لنا. كما يتحدث غيبسون عن نوع من "الهوس الاجتماعي المعاش يوميا" **(68)**. ومن ثم فإن غياب الجسم المرئي في التبادلات لا يتوافق مع غياب للاقتسام، ولكن مع اقتسام افتراضي للحواس **(69)**.

المطلب الثالث : التناقض الجسماني

تبقى مكانة الجسم في ألعاب الفيديو غامضة. فمن جهة يختفي البعد اللحمي، ومن جهة أخرى فإن خصائصه الباطنية أكثر ظهورا. ويعيد بروز الحواس مسألة الجسمانية إلى مركز الاهتمامات. فإذا كان الجسم قد صار، لوقت طويل، مستقلا عن النفس وتم احتقاره، فإن "ذنب اللحم" أبطل من طرف ظواهر المجتمعات المشتقة من التكنولوجيات الجديدة. تجمعات النفوس هذه تتيح بشكل متناقض إعادة الاعتبار للجسم.

ويخلص التحليل هنا إلى نفس استنتاجات فيثرستون وبوروس من أن: مع الفضاء الاتصالي، "سلسلة الكيفيات التي يمكن أن نجسد بها لا ذاتية جسمانية تصبح أكثر تنوعا ومرونة وقادرة على تجاوز آفاق اللحم وحدود الجسم البدني" **(70)**. وتتيح الإنترنيت أشكالا جديدة من معرفة الذات، عن طريق الإحساسات النابعة من الممارسة. فأجهزة الكمبيوتر تجعلنا أكثر شعورا بدور الحدس وبحساسية حياتنا، ويمكننا البدء في "اعتماد المشاعر والأحاسيس كمصدر للمعرفة" **(71)**.

إن أشكال الاتصال اللامادي والوضعية التي يمكن أن يوجد عليها الجسم عند الربط مع الشبكة تعطي نظرة جديدة عن داخليته وتشجع الاتجاه نحو "الخروج من الذات" وترك النفس على سجيتها.

وبخلاف أنصار الإنترنيت الذين يشددون على المكانة المعطاة للروح على حساب الجسم **(72)**، ترى **سوفي بالبو Sophie Balbo** أن هناك شفافية للأحاسيس تظهر بفضل المكانة الجديدة المعطاة للجسم. حيث يصبح قابلا للتطريق **Malléable**، وقادرا على الإحساس بالمشاعر عن بعد، والإحساس باللعب افتراضيا وتصور المنافسين**(73)**.

ويمكن للرابط الاجتماعي بين اللاعبين على الشبكة أن يفسَّر بنوع جديد من العلاقة مع الجسم، معطيا قسما لا يستهان به للمشاعر التي تظهر كأثر للجسم. وعلى أساس تصور عقلي للبعد البدني للاعبين الآخرين، فإن التكنولوجيات الجديدة ليست وسيلة لإبعاد الناس عن بعضهم البعض، ولكنها تقربهم وتجمعهم بطريقة جديدة.

خلاصة الفصل :

أتاح لنا هذا الفصل في فهم ميكانيزمات اشتراك الجسم في ألعاب الفيديو، وقد نحى في سبيل تحقيق ذلك منحى نفسي عيادي، يعطي لكل الجزئيات الخاصة بالسلوك المصاحب للعب تفسيره . وأظهر بأن جسد اللاعب يشترك في ممارسة الفيديو-لعب، بل إن اللاعب هو الذي يجد نفسه "مطروحا للعب" بكل أبعاده، اللحمية منها و اللامادية.

الهوامش:

(1). Mélanie Roustan : **(La pratique du jeu vidéo : expériences de «réalité virtuelle»)**, Texte (en ligne) http://www.omnsh.org/article.php3?id_article=28 (Consulté le 29/09/2005)

(2). Jean baptiste Clais, Mélanie Roustan : **(Les jeux vidéo, c'est physique, réalité virtuelle et engagement du corps dans la pratique vidéoludique)**, dans **«La pratique du jeu vidéo : réalité ou virtualité ? »**, sous la direction de Mélanie R. L'Harmattan, Paris, 2003. p.38.

(3). Jean baptiste Clais, Mélanie Roustan : Op.cit, p.39.

(4). Jean baptiste Clais, Mélanie Roustan : Op.cit, p.40.

(5). Jean-Pierre Warnier : «Les jeux guerriers du Cameroun de l'Ouest », Techniques et Cultures, Paris, 2002, p.180.

(6). تيتريس Tetris : لعبة أساسها استغلال المكعبات ذات الأشكال المختلفة وبنائها بشكل مستو من أجل إزالة كل مستوى (سطر) متوافق، وفي حال تجمعت البناءات بشكل غير متسق يصل البناء إلى القمة وتضيق مسافة اللعب فتنتهي اللعبة.

(7). Jean-Pierre Warnier : Op.cit, p. 27.

(8). Jean baptiste Clais, Mélanie Roustan : Op.cit, p.42.

(9). Jean-Pierre Warnier : Op.cit, p.10.

(10). Jean baptiste Clais, Mélanie Roustan : Op.cit, p.43.

(11). Jean-Louis Weissberg : **"Présence à distance. Déplacement virtuel et réseaux numériques, pourquoi nous ne croyons plus à la télévision"**, coll. « Communication », Paris, l'Harmattan, , 1999, p.29.

(12). إن التصميم الداخلي لعارضة التحكم يتيح لها إجراء حسابات بيانية مهمة جدا بخلاف جهاز الكمبيوتر من نفس الجيل الذي يعيقه تعدد مجالات استعماله. وبالتالي فإن ألعاب "الأقواس" التي تتسم

بزمن اللعب الخطي وبحركة اللاعب والسرعة وسيلان مجرى الحركة وحل حدسي للمشاكل) توجد عادة في عارضات التحكم، بينما تتلاءم الألعاب البطيئة والمقسمة إلى عدة مراحل والتي تتطلب التفكير مع أجهزة الكمبيوتر.

(13). "واركرافت *Warcraft*": هذه السلسلة من الألعاب تهدف إلى التغلب على الأعداء بتطوير استراتيجي لقواعد عسكرية وجيوش، من خلال استغلال موارد طبيعية في عالم يسكنه البشر ومختلف أنواع الوحوش.

(14). "تيكين *Tekken*": هي لعبة قتال بيدين عاريتين، بحيث تمتلك كل شخصية تقنياتها الخاصة بها (الصيني يتقن ال "كونغ فو"، والبرازيلي ال"كابويرا")، وهو ما يدفع بعض اللاعبين إلى التخصص.

(15). Jean-Claude Kaufmann : "**Pour une sociologie de l'individu**", Nathan, coll « Essais et Recherche », Paris, 2001, p.160.

(16). Vincent Mabillot :**(Mises en scène d'interactivité)**, in, Jacquinot-Delaunay G (sous la dir. De) dossier « Qui a encore peur des jeux vidéo?» MédiaMorphoses, France 2001, p.48.

(17). إن حركات اللاعب على الآلة وحركات الآلة على اللاعب على علاقة بالإطار الاجتماعي وأيضا بتجربة اللاعب: درجة التجريب ودرجة التوتر، وأيضا تركيب وشكل فضاء الممارسة (خاص أو عام)، المؤثرات الضوئية والسمعية وحضور بقية اللاعبين ... إلخ.

(18). Jean baptiste Clais, Mélanie Roustan : Op.cit, p.47.

(19). Martin Jean-clet : **"L'image virtuelle. Essais sur la construction du monde"**, Kimé, paris, 1996, p.106.

(20). Jean baptiste Clais, Mélanie Roustan : Op.cit, p.49.

(21). Ibid, p.49.

(22). Michael Stora : **(La marche dans l'image : une narration, sensorielle)**, dans **« La pratique du jeu vidéo : réalité ou virtualité ? »**, sous la direction de Mélanie Roustan, l'Harmattan, paris 2003, p.53.

(23). Daniel Stern : **"Le monde interpersonnel du nourrisson. Une perspective psychanalytique et développementale"**, Paris Presses Universitaires de France, coll. «Le fil rouge», Paris, 1989, P.92.

(24). Andrew N Meltzoff: **(Imitation, intermodal coordination and representation in early infancy)**, in G. Butterworth (Ed) **"Infancy and epistemology"**, London, Harvester Press, 1981.

(25). Michael Stora: Op.cit p.55.

(26). James R. Flynn: **(IQ gains overtime)**, in R. J. Sternberg (eds.): Encyclopedia of Human Intelligence, Macmillan, New York, 1994, p.?.

(27). Serge Tisseron: **(Psychanalyse de l'image. De l'imago aux images virtuelles)**, dans Michael Stora : Op.cit p.56.

(28). Ibid. P.57.

(29). Serge Tisseron: "**Enfants sous influence. Les écrans rendent-ils les jeunes violents ? "** , Armand Colin, 2000, p.28.

(30). Michael Stora: Op.cit p.58.

(31). Michael Stora: Op.cit p.61.

(32). Daniel Stern: Op.cit p.92.

(33). Michael Stora: Op.cit p.62.

(34). Michael Stora: Op.cit p.62.

(35). Daniel Stern: Op.cit p......

(36). Rheingold Howard: **"La réalité virtuelle"**, Dunod, Paris, 1993, p.136.

(37). Coiffet Philippe:**(Mondes imaginaires, les arcades de la réalité virtuelle)**, **réalité virtuelle et engagement du corps dans la pratique vidéoludique)**, dans **«La pratique du jeu vidéo : réalité ou virtualité ? »**, sous la direction de Mélanie R. L'Harmattan, Paris, 2003, p.70.

(38). Cadoz Claude : **(Les réalités virtuelles)**, Flammarion, Paris, 1993, in « La pratique du jeu vidéo : réalité ou virtualité ? », sous la

direction de Mélanie Roustan, l'Harmattan, paris 2003, p.70.

(39). Xavier Retaux : **(Présence dans l'environnement : Théories et applications aux jeux vidéo)**, dans « La pratique du jeu vidéo : réalité ou virtualité ? », sous la direction de Mélanie Roustan, l'Harmattan, paris 2003, p.69.

(40). Ibid, p.70.

(41). Marsh Tim, Wright Peter and Smith Shamus: **(Evaluation for the design of experiences: Modelling Breakdown of interaction and illusion)**, journal of CyberPsychology and Behavior, Special Issue on Presence, Vol.4 (2), 2001, pp. 225-238.

(42). Xavier Retaux: Op.cit p.72.

(43). Michael W McGreevy : (**The presence of field geologists in Mars-Like Terrain),** Presence, Teleoperators, and Virtual Environnement, Vol. 1 (4) 1992, pp. 375-403.

(44). Giuseppe Mantovani and Giuseppe Riva: **(Building A Bridge between different scientific communities. On Sheridan's Electric Ontology Of Presence)**, Presence, Teleoperators, and Virtual Environnement, Vol. 10 (5), 2001, pp.537-543.

(45). Pascal Beguin et Pierre Rabardel : **"Les technologies de l'information : dématérialisation ou nouvelle forme de matérialité ?"**, Octares, Paris, 1997, p.81.

(46) . Philippe Breton: **"Le culte de l'internet. Une menace pour le lien social ?"**, La découverte, Paris, 2000, p.72.

(47). Dussault Jean-Claude:"**L'effet Nintendo. Une enquête métaphysique sur**

la réalité virtuelle", L'Hexagone, Montréal, 1997, p.37.

(48). Le Breton David : **"L'Adieu au corps"**, Métaillé, Paris, 1999, p.140.

(49). نو وانس ليفس فوريفير *No One Lives Forever :* لعبة قتال يمارس فيها اللاعب ضمن بيئات مختلفة بأسلحة متفردة كأحمر الشفاه مثلا وبألبسة سنوات الستينات.

(50). ***ICQ***: نظام محادثة في الزمن الحقيقي يبحث فيه كل إنترنوتي نوع الأشخاص الذين يرغب في الحديث إليهم، سواء وفق معيار السن أو الجنس أو المدينة.

(51). Sophie Balbo : **(Les communautés de jeu en réseau ou la reconnaissance des émotions : vers un nouveau type de rapport au corps)**, dans « **La pratique du jeu vidéo : réalité ou virtualité ?** », sous la direction de Mélanie Roustan, l'Harmattan, paris 2003, p.88.

(52). Derrick De Kerckhove : **"L'intelligence des réseaux"**, Odile Jacob, Paris, 2000, p. 69.

(53). François Chirpaz : **"Le corps"**, Presses Universitaires de France, Paris, 1963, p. 24.

(54). Kerckhove Derrick (De) : Op.cit pp.82-83.

(55). Ibid, p.81.

(56). Seidler Victor : **(Embodied knowledge and virtual space : gender, nature and history)**, in Wood J., The virtual embodied, Routledge, London, 1998, p. 28.

(57). Ibid, p.27.

(58). Tremel Laurent : **Jeux de rôle, jeux vidéo, multimédia. Les faiseurs de monde**, Presses Universitaires de France, coll. « Sociologie d'aujourd'hui », Paris, 2001, p. 256.

(59). Turkle Sherry: **"Life on the screen. Identity at the age of Internet"**, Simon and Shuster, New York, 1995, p.265.

(60). Hugon Stéphane : **(De saint Simon à Gibson, une mystique réticulaire)**, discours prononcé lors des journées du CEAQ, les 24 et 25

juin 2002 et publié sur le site www.gretech.org .

(61). Maffesoli Michel : **"Du nomadisme : Vagabondage initiatiques"**, Le livre de poche, Paris, 1997, p. 108.

(62). Ibid, pp. 70-71.

(63). Ibid, p. 107.

(64). Hugon Stéphane, Opcit, p. 4.

(**65**). Cathelat Bernard : **"De l'homo sapiens à l'homme interactif",** Observatoire international des tendances sociologiques, Denoël, Paris, 1998, pp. 35-36.

(66). Dyens Ollivier : **"Chair et métal"**, Vlb, Montréal, 200, p.98.

(67). Kerckhove Derrick (De) : Op.cit p.107.

(68). Featherstone Mike et Burrows Roger : **« Per una personificazione della tecnologia »**,texte traduit in « La pratique du jeu vidéo : réalité ou virtualité ? », sous la direction de Mélanie Roustan, l'Harmattan, Paris, 2003, p.91.

(69). Hugon Stéphane, Op.cit, p. 4.

(70). Featherstone Mike et Burrows Roger : Op.cit p.92.

(71). Seidler Victor : Op.cit, p.25.

(72). Breton Philippe : Op.cit, p.68.

(73). Sophie Balbo : Op.cit, p.92.

الإطـــار الـــتـــطـــبـــيـــقـــي

الفصل الأول : تحليل مضمون ألعاب الفيديو المفضلة لدى العينة

المبحث الأول : التحليل الكمي لألعاب الفيديو المختارة

المبحث الثاني : التحليل الكيفي لألعاب الفيديو المختارة

اســـتـــنـــتـــاجـــات الجزء التحليلي من الدراسة

مدخل :

يضم هذا الفصل التطبيقي الأول الجزء التحليلي من الدراسة. إذ سيتم عرض نتائج التحليل وتقديم تفسير للمعطيات المحصل عليها. ولتحقيق أهداف الدراسة، فقد تم تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين. تناول الأول التحليل الكمي لعينة الألعاب المدروسة. وضم هذا المبحث 33 جدولا وزعت بناء على أربعة مطالب تجيب كلها عن أسئلة الدراسة المتعلقة بألعاب الفيديو كمصادرها والجمهور الأصلي الموجهة له وخصائص شكلها ومضمونها والقيم المحتواة فيها.

وضم المبحث الثاني التحليل الكيفي للألعاب المدروسة، وهو أشبه ما يكون بالتحليل الوصفي لسيناريو هذه الألعاب وخصوصية محتواه. وفي الأخير خرج الفصل باستنتاجات تم توظيفها في الجزء الميداني من الدراسة.

المبحث الأول : التحليل الكمي لألعاب الفيديو المختارة :

المطلب الأول : مصادر ألعاب الفيديو المفضلة لدى العينة :

الجدول رقم (16) : الشركات المصممة لألعاب الفيديو وسنوات الإنتاج

نوع اللعبة	اسم اللعبة	الشركة المصممة	سنة إنتاج اللعبة
ألعاب المغامرات	1. السرقة الكبيرة للسيارات 3	DMA Design	2001
	2. تومب رايدر الأسطورة	Core Design	1996
	3. ريزيدانت إيفايل 2	Capcom	1998
	4. جيمس بوند 007	Electronic Arts	2004
	5. دراغون بول زاد تينكيشي	Namco	2006
	6. برينس أوف بيرسيا (أمير الفرس)-المملكتان	Brøderbund	2006
	7. عودة سوبرمان	Electronic Arts	2006
	8. باتمان الثأر	Ubisoft	2001
	9. مغامرات جاكي شان	Atomic Planet	2000
	10. سبايدرمان 2	Treyarch	2004
	11. باربي – مغامرة الفروسية	Mattel	2002
	12. درايفر 2 (السائق)	Infogrames	2000
	13. سوبر ماريو	Squaresoft	1996
ألعاب القتال	14. تيكين3	Namco	1997
	15. ستريت فايتر (شارع المقاتلين) أو إيكس+	Capcom	1997
ألعاب الرمي	16. كونتر سترايك (1.6)	Sierra Studios	1999
ألعاب المحاكاة الواقعية	17. كرايزي تاكسي 3	Empire Interactive	2003
	18. غران توريسمو (السيارة الكبيرة)	Sony Computer Entertainment	2003
	19. موتو كينغ"	505 Games	2005
	20. نيد فور سبيد – بورسويت أنفيرنال "	Electronic Arts	2001
ألعاب المحاكاة الرياضية	21. بي أو أس 4	Konami	2004
	22. بي أو أس 6	Konami	2006
	23. فيفا 2006	Electronic Arts	2005
	24. أن بي أي لايف "2003	Electronic Arts	2003
الألعاب التقليدية	25. سوليتار – "Solitaire"	Microsoft	--

يظهر الجدول رقم (16) أن مؤسسات نامكو وكابكوم وكونامي اليابانية وإلكترونيك آرتس الأمريكية هي التي أنتجت أكبر عدد من الألعاب المحبوبة لدى العينة. وهذه الأخيرة هي الأكثر إنتاجا للألعاب المحبوبة من العينة بين كل الشركات، ومعظم ألعابها من ألعاب المحاكاة الواقعية والرياضية.

وبخصوص سنوات إنتاج الألعاب، يلاحظ أن أقدم لعبة أنتجت عام 1996 وهي لعبة تومب رايدر التي احتفظت بنجاحها وجاذبيتها لعشر سنوات من بعد (على الأقل لدى جمهورها من الأطفال الجزائريين). وكانت أحدث الألعاب هي دراغون بول وبرينس أوف بيرسيا و عودة سوبرمان وبي أو أس6 (سنة 2006).

وعلى العموم يظهر الجدول بأن العينة تواكب نسبيا ظهور ألعاب جديدة وتقتنيها لكون 19 لعبة من أصل 25 لعبة أنتجت بعد سنة 2000. كما أن العينة أكثر مواكبة لألعاب المحاكاة الواقعية والرياضية مقارنة ببقية أنواع الألعاب التي تحوي أكبر عدد من الألعاب المنتجة قديما.

لكن تبقى الإشارة إلى أن وتيرة المواكبة ضعيفة مقارنة بما هو موجود في المجتمعات الغربية أين تكون المواكبة أكبر بكثير، حيث غالبا ما يتم اقتناء كل جديد ناجح خلال الستة أشهر الموالية لصدورها كما تم تبيانه في الفصلين الثاني والثالث.

الجدول رقم (17) : مصادر ألعاب الفيديو (الدول)

الدولة	العدد	النسبة المئوية
الولايات المتحدة الأمريكية	10	40
اليابان	08	32
بريطانيا	05	20
فرنسا	02	08
المجموع	25	100

يظهر الجدول رقم (17) أن 40 بالمائة من ألعاب الفيديو المفضلة لدى العينة المدروسة مصدرها الولايات المتحدة الأمريكية، تليها اليابان بنسبة 32 بالمائة، ثم بريطانيا بنسبة 20 بالمائة وأخيرا فرنسا بنسبة 08 بالمائة.

ويتضح من الجدول أن أربعة دول فقط هي المحتكرة لأنجح ألعاب الفيديو، وكل هذه الدول غربية ومن ثم فإن ألعاب الفيديو التي تنتجها محكومة بمنظومة قيمية غربية بعيدة عن المنظومة القيمية الجزائرية. وعلى هذا فإن أدق التفاصيل الموجودة في هذه الألعاب محكومة بتلك المرجعية.

المطلب الثاني : الجمهور الأصلي لألعاب الفيديو المفضلة لدى العينة :

الجدول رقم (18) : الجمهور الأصلي الموجهة له ألعاب الفيديو المختارة

الجمهور	العدد	النسبة المئوية
أكثر من 12 عاما	09	36
أكثر من 16 عاما	03	12
أكثر من 18 عاما	02	08
جمهور مفتوح	11	44
المجموع	25	100

يظهر الجدول رقم (18) أن 56 بالمائة من الألعاب موجهة إلى جمهور يفوق سنه سن العينة المدروسة في هذا البحث (9-12 عاما)، في حين أن 44 بالمائة فقط من هذه الألعاب موجهة إلى جمهور مفتوح يضم عينتنا.

وتبين النتائج أن 36 بالمائة من هذه الألعاب موجهة إلى جمهور يفوق سنه 12 عاما و 12 بالمائة يفوق سنه 16 عاما و 08 بالمائة يفوق سنه 16 عاما.

وعادة تتمثل تحذيرات اللعب في وجود مشاهد جنسية متفاوتة الدرجة، أو وجود مشاهد عنف لا تلائم السن المذكور وفي أحيانا قليلة جدا عدم ملاءمة اللعبة للسن المحذور بناء على متطلبات عقلية أو جسمية من الضروري توفرها للقيام بالممارسة الجيدة.

ويشار هنا إلى أن اللعبتين الممنوع ممارستهما ممن تقل أعمارهم عن 18 عاما هي بسبب مشاهد جنسية بدرجة عالية من الإباحية.

يمكن الاستنتاج من هذا أن لا وجود لسلطة رقابية على العينة المدروسة فيما يخص انتقاء الألعاب التي يمارسونها، وأن الأمر متروك للأطفال الذين ينتقون ما يشاؤون من دون رقيب.

المطلب الثالث : خصائص شكل ومضمون ألعاب الفيديو المفضلة لدى العينة :

الجدول رقم (19) : الأدوات الممكنة الاستخدام في ألعاب الفيديو المختارة

أدوات اللعب	العدد	النسبة المئوية
كومبيوتر	02	08
عارضة تحكم	05	20
كل الآلات	18	72
المجموع	25	100

يظهر الجدول رقم (19) أن 72 بالمائة من ألعاب الفيديو المختارة يمكن ممارستها من خلال كل الآلات، لتحل في المركز الثاني الألعاب التي تمارس على عارضات التحكم فقط بنسبة 20 بالمائة وأخيرا تلك التي تمارس على أجهزة الكومبيوتر بنسبة 08 بالمائة فقط.

وتعد هذه النتائج منطقية بناء على متطلبات السوق الجزائرية لألعاب الفيديو. ففي الجزائر تعد عارضات التحكم باهظة الثمن نسبيا (أنظر الجدول رقم 15)، لذا يتجه موزعو ألعاب الفيديو حتى وإن كانت جهات غير رسمية كما تم تبيانه في الفصل الخاص باقتصاديات ألعاب الفيديو في الجزائر، إلى توفير ألعاب واردة الاستعمال على مختلف الحوامل.

ويشار إلى أن اللعبتين الوحيدتين اللتين تمارسان على أجهزة الكومبيوتر فقط، هما لعبة سوليتر المبرمجة في كل أجهزة الكومبيوتر إضافة إلى لعبة كونتر سترايك التي يؤكد المختصون في ألعاب الفيديو أن ممارستها تتطلب تقنيات يوفرها جهاز الكومبيوتر أفضل بكثير من عارضات التحكم.

الجدول رقم (20) : أشكال ممارسة ألعاب الفيديو المختارة

أشكال الممارسة	العدد	النسبة المئوية
فردي	14	52
فردي أو ثنائي	04	16
فردي أو جماعي	07	32
المجموع	25	100

تظهر معطيات الجدول رقم (20) أن أكثر من نصف العينة المختارة من ألعاب الفيديو تمارس بشكل فردي أي 52 بالمائة، بينما تمارس 32 بالمائة منها بشكل فردي أو جماعي و 16 بالمائة بشكل فردي أو ثنائي.

وتشير هذه المعطيات إلى أن إمكانية العزلة المرافقة للعب واردة جدا هنا، ومن ثم الدور الرقابي يقل على انتقاء أنواع الألعاب وعلى زمن الممارسة أيضا، وقد يجعله مفتوحا أيضا. ولأن 48 بالمائة من الألعاب المختارة أي أقل من النصف يمكن أن تمارس بشكل فردي أو ثنائي أو فردي أو جماعي، فإن اللعب الجماعي أقل من نظيره الفردي، مع الإشارة أن إمكانية اللعب بشكل فردي وارد أيضا ضمن هذه النسبة (أي 48 بالمائة)، مما يعني أن متعة اللعب تتمثل لدى العينة بالدرجة الأولى في الممارسة الفردية التي تتيح خيارات أكثر وحرية أكبر في أشكال اللعب وزمنه ومكانه وكيفيته أيضا، مع العلم أن الطفل في مثل هذا السن يحتاج إلى نوع من الرقابة والمرافقة في كل ما يقوم به للمساعدة على اتخاذ القرارات السليمة.

الجدول رقم (21) : زمن أحداث ألعاب الفيديو المختارة

زمن أحداث ألعاب الفيديو	العدد	النسبة المئوية
الماضي	06	24
الحاضر	14	56
غير محدد	05	20
المجموع	25	100

يظهر الجدول رقم (21) أن 56 بالمائة من الألعاب المختارة تجري أحداثها في الحاضر، تليها الألعاب التي تجري في الماضي بنسبة 24 بالمائة ثم الغير محددة الزمن بنسبة 20 بالمائة.

يتضح من الجدول أن الأطفال يحبذون الألعاب التي تجري أحداثها في الزمن الحاضر لأنها تحمل الكثير من الواقعية. وهذا يعد تراجعا لمكانة الألعاب ذات البعد الخيالي عند العينة المذكورة. وكذلك الأمر بالنسبة للألعاب التي تجري في الماضي والتي تنتقى عادة بمرجعية قصصية أو أسطورية غير تلك السائدة في مجتمعنا، وقد تكون مجهولة لدى العينة. لذا يتم الاتجاه نحو الألعاب ذات السياق الحاضر الذي تعودوه من خلال متابعتهم لمختلف وسائل الإعلام الأخرى.

الجدول رقم (22) : أماكن حصول أحداث ألعاب الفيديو المختارة

أماكن أحداث ألعاب الفيديو	العدد	النسبة المئوية
الملعب	04	16
الشارع	08	32
الطبيعة	01	04
بناية	01	04
أماكن أخرى	03	12
كل الأماكن	08	32
المجموع	25	100

يظهر الجدول رقم (22) أن الألعاب التي تجري في كل الأماكن وفي الشارع تأتيان في المركز الأول بنسبة 32 بالمائة لكليهما، لتأتي بعدها الألعاب التي تجري في الملعب بنسبة 16 بالمائة ثم تلك التي تجري في أماكن أخرى (الألعاب غير المرتبطة بسياق مكاني واضح) بنسبة 12 بالمائة وأخير ا الألعاب التي تجري في بناية أو في الطبيعة بنسبة 04 بالمائة.

ويتضح من هذه النتائج بأن التركيز هو على الأماكن التي تحمل مرجعية واقعية. فالملاعب محددة الأسماء وهي موجودة فعلا في الواقع، وأما البنايات والشوارع فهي أيضا تظهر بطراز يشير إلى الدول التي تحويها من مثل الولايات المتحدة الأمريكية أو أوروبا أو اليابان من خلال معالم أو رموز محددة.

ومن ثم فإن اللاعب يرتبط ذهنه من خلال اللعب بسياقات مكانية معينة هي التي تعرف بانتشار مزايا خاصة فيها محببة لديه من مثل القوة والبطولة والمهارة والسرعة والمغامرة ... إلخ.

الجدول رقم (23) : طبيعة أبطال ألعاب الفيديو المختارة

طبيعة ألعاب الفيديو	العدد	النسبة المئوية
إنسان	23	92
حسب الاختيار	01	04
غير محدد في اللعبة	01	04
المجموع	25	100

يظهر الجدول رقم (23) أن 92 بالمائة من الألعاب المختارة، أي 23 لعبة، يعد البطل فيها إنسانا، مقابل لعبة واحدة فقط يمكن فيها للاعب أن يختار طبيعة بطله ولعبة واحدة أخرى لم يحد فيها البطل.

وكانت اللعبة الوحيدة التي تتيح اختيار طبيعة البطل هي "تيكين3" التي يمكن اختيار مخلوق غريب فيها للقتال، بينما لا وجود لبطل في لعبة واحدة وهي "سوليتير" والتي يكون اللاعب فيها غير ظاهر على الشاشة، ويمارس لعبة الورق بشكل شبه تقليدي.

وتؤكد هذه النتائج على أن أطفال عينتنا يحبذون الألعاب التي تتسم بالواقعية، لذا يختارون تلك التي يكون بطلها إنسانا. ضف إلى ذلك، فإن مصممي ألعاب الفيديو، يتجهون في تصاميمهم إلى اختيار أبطال واقعيين، وفي أحيان كثيرة شخصيات سينمائية أو موجودة في الواقع، لذا فإن التعلق أسهل بهذه الشخصيات من شخصيات أخرى مجهولة لديهم.

الجدول رقم (24): سن أبطال ألعاب الفيديو المختارة

سن ألعاب الفيديو	العدد	النسبة المئوية
طفل	01	04.16
مراهق	01	04.16
بالغ	15	62.50
غير محدد	04	16.66
حسب الاختيار	03	12.50
المجموع	24	100

يظهر الجدول رقم (24) أن 62.50 بالمائة من الألعاب يعد أبطالها من البالغين، بينما لم يتم تحديد سن أبطال 16.66 بالمائة من الألعاب، وتركت 12.50 بالمائة من الألعاب الحرية للاعب في اختيار سن البطل. ولا تشكل الألعاب التي يمثل بطلها طفلا سوى 01 بالمائة من مجموع الألعاب، على غرار تلك التي يعد بطلها مراهقا.

يتضح من الجدول رقم (24) بأن أطفال عينتنا يحبذون تلك الألعاب التي يكون بطلها شخصا بالغا. وقد يعود ذلك لارتباط صفات جسدية وعقلية ونفسية محببة لديهم بهذا السن، وإيقانهم بأن بعض الأمور و الأفعال لا يمكن أن تتحقق في مرحلتهم العمرية.

ضف إلى ذلك أن الكثير من هذه الألعاب تضم أبطالا واقعيين، مثل أبطال ألعاب المحاكاة الرياضية، أو أبطال مستلهمين من قصص سينمائية.

الجدول رقم (25): جنس أبطال ألعاب الفيديو

جنس أبطال ألعاب الفيديو	العدد	النسبة المئوية
ذكر	14	58.33
أنثى	02	08.33
حسب الاختيار	04	16.66
غير محدد	04	16.66
المجموع	24	100

يظهر الجدول رقم (25) أن 58.33 بالمائة من الألعاب يعد أبطالها من الذكور، بينما لا تمثل تلك التي تضم بطلات سوى 08.33 بالمائة (لعبتان فقط). وترك مجال اختيار جنس البطل في 16.66 بالمائة من الألعاب، ولم يتم تحديد جنس البطل في نفس النسبة من الألعاب (16.66 بالمائة).

ويفسر ذلك إلى أن الاتجاه نحو الواقعية لدى مصممي الألعاب يجعلهم يركزون على اختيار أبطال واقعيين وبالتالي تسود فكرة البطل الذكر على البطلة. ومع ذلك فإن البعض من الألعاب التي تضم بطلات

حققت نجاحا كبيرا على غرار لعبة "تومب رايدر" التي انتشرت بشكل كبير، مما جعل شخصيتها (لارا كروفت) تنتقل من شخصية لعبة فيديو إلى شخصية سينمائية، بخلاف ما كان الأمر سائدا من قبل عندما كان الانتقال يتم في الاتجاه المعاكس أي شخصية سينمائية يتم تحويلها إلى شخصية لعبة فيديو.

وكما تمت الإشارة إليه في الفصل الثالث من الإطار النظري فإن الاتجاه هو نحو تصميم ألعاب تخاطب الجميع، حيث لم يعد مهما أن تكون اللعبة موجهة فلإناث أو الذكور، مثلما صار لا أحد يتساءل اليوم إذا كان الفيلم السينمائي موجها للإناث أو للذكور.

المبدأ ذاته يحدث عند تصميم لعبة الفيديو، حيث يكون المهم هو خلق تجربة متفردة تحاول قدر الإمكان أن تمس جمهورا عريضا*.

الجدول رقم (26): طبيعة أبطال ألعاب الفيديو (من حيث العدد)

طبيعة أبطال ألعاب الفيديو	العدد	النسبة المئوية
فرد	20	87.50
فريق	04	12.50
المجموع	24	100

تشير معطيات الجدول رقم (26) أن 87.50 بالمائة من الألعاب يعد البطل فيها فردا، مقابل 12.50 بالمائة من الألعاب التي يعد بطلها فريقا.

وجاءت النتيجة متوافقة مع طبيعة الألعاب في حد ذاتها، حيث أن 12.50 بالمائة من الألعاب هي ألعاب محاكاة رياضية لاختصاصات جماعية (كرة القدم – كرة السلة)، كما أن آلية التحكم في هذه الألعاب، تجعل اللاعب يتحكم آليا باللاعب الممسك للكرة عند امتلاكه لها وبالتالي يتحكم في شخصية واحدة، وعند عدم امتلاكه للكرة يكون التحكم في كل اللاعبين جماعيا وليس بكل لاعب بشكل مغاير.

ولم نسجل أي ألعاب تكون البطولة فيها لثنائي أو لجماعة، لأن ذلك قد يكون غير عملي ويشتت من ذهن اللاعب الذي يتحكم في أكثر من شخصية في آن واحد. وما سُمح به يعود لأن مقتضيات الرياضة المجسدة تتيح ذلك.

الجدول رقم (27) : طبيعة تحديات البطل في ألعاب الفيديو المختارة

طبيعة تحديات البطل	العدد	النسبة المئوية
عدو أو منافس	06	24
صعوبات ميدانية	03	12
عدو أو منافس مع صعوبات ميدانية	16	64
المجموع	25	100

يتضح من الجدول رقم (27)، أن الألعاب التي تكون فيها تحديات البطل هي عدو أو منافس مع صعوبات ميدانية تأتي في المركز الأول من حيث التردد بنسبة 64 بالمائة، تليها الألعاب التي تضم عدوا أو منافسا بنسبة 24 بالمائة وأخيرا الألعاب التي تضم صعوبات ميدانية فقط بنسبة 12 بالمائة.

ويمكن تفسير ذلك أن خاصية الانغماس تتحقق أكثر بوجود عدو أو منافس مع صعوبات ميدانية، لأن ذلك يخلق تنوعا في التحديات ويجعل اللاعب في حالة من الترقب والحذر.

الجدول رقم (28) : طبيعة عدو أو منافس البطل في ألعاب الفيديو المختارة

طبيعة عدو أو منافس البطل	العدد	النسبة المئوية
إنسان	14	63.64
مخلوق غريب	02	09.09
حسب الاختيار	05	22.73
غير محدد	01	04.54
المجموع	22	100

شكلت الألعاب التي تضم عدوا أو منافسا للبطل بشريا 63.64 بالمائة من ألعاب الفيديو المختارة، حسب ما تشير إليه معطيات الجدول رقم (28). وحلت بذلك في الصدارة متبوعة بالألعاب التي تركت الحرية للاعب في اختيار العدو أو المنافس بنسبة 22.73 بالمائة ثم الألعاب التي كان العدو أو المنافس فيها مخلوقا غريبا بنسبة 09.09 بالمائة وأخيرا كانت هنالك لعبة واحدة فقط لم تحدد فيها طبيعة العدو.

وكما ورد ذكره في الجدول رقم (23)، فإن الواقعية تقتضي أن يكون العدو أو المنافس من نفس طبيعة البطل.

الجدول رقم (29) : سن عدو أو منافس البطل (الإنسان) في ألعاب الفيديو المختارة

طبيعة عدو أو منافس البطل	العدد	النسبة المئوية
بالغ	13	92.86
حسب الاختيار	01	07.14
المجموع	14	100

يشير الجدول رقم (29) أن 92.86 بالمائة من الألعاب يكون عدو أو منافس البطل فيها من البالغين، بينما تركت الحرية في لعبة واحدة فقط للاعب لأن يختار سن منافسه أو عدوه.

ويجد الأمر تبريره في أن الواقعية تجعل من غير المنطقي أن يصنف الطفل أو المراهق في خانة العدو أو المنافس. والقدرات التي تمنح له من مصمم اللعبة تتوافق بالضرورة مع شخصية بالغة.

ضف إلى ذلك وكما تمت الإشارة إليه في الجدول رقم (18) فإن معظم الألعاب المدروسة موجهة إلى فئة عمرية تفوق سن عينتنا ومن ثم من الطبيعي أن يكون العدو أو منافس البطل بالغا.

الجدول رقم (30) : جنس عدو أو منافس البطل في ألعاب الفيديو المختارة

جنس عدو أو منافس أبطال ألعاب الفيديو	العدد	النسبة المئوية
ذكر	12	54.54
حسب الاختيار	04	18.19
غير محدد	06	27.27
المجموع	22	100

يلاحظ من خلال الجدول رقم (30) أن 54.54 بالمائة من الألعاب تضم عدوا أو منافسا للبطل ذكرا، بينما تركت 18.19 بالمائة من الألعاب الحرية للاعب لاختيار جنس عدوه أو منافسه، ولم يتحدد جنس العدو أو المنافس للبطل في 27.27 بالمائة من الألعاب.

وجاءت النتائج متقاربة إلى حد كبير مع نتائج الجدول رقم (25)، فالبطل وعدوه ومنافسه متماثلو الجنس تقريبا، حتى يجعل من المنافسة والندية متكافئة إلى حد ما والفارق صنعته لعبة تومب رايدر التي كان البطل فيها أنثى بينما يعد عدوها ذكرا.

الجدول رقم (31): طبيعة عدو أو منافس أبطال ألعاب الفيديو (من حيث العدد)

طبيعة أبطال ألعاب الفيديو	العدد	النسبة المئوية
فرد	05	22.73
جماعة	13	59.09
فريق	04	18.18
المجموع	22	100

يظهر الجدول رقم (31) أن 59.09 بالمائة من ألعاب الفيديو المختارة يكون عدو أو منافس البطل فيها عبارة عن جماعة، تليها الألعاب التي يكون فيها عدو أو منافس البطل عبارة عن فرد واحد، لتأتي في الأخير أربعة ألعاب فقط (18.18 بالمائة) يكون فيها منافس البطل عبارة عن فريق.

وجاءت النتائج متوافقة مع السيناريوهات المختلفة للألعاب، وأنواعها أيضا. فألعاب الحركة عادة ما يكون السيناريو فيها شبيها بسيناريوهات الأفلام، ومن ثم فإن المواجهة تكون ضد جماعات وليس أفرادا بأعينهم، ما عدا القلة القليلة والتي يكون فيها السيناريو محدودا في سياق مكاني محدد والعدو فيها ظاهر كما هو الشأن مع لعبة "أمير فارس - برينس أوف بيرسيا". كما أن، ألعاب القتال تكون المواجهة فيها وجها لوجه وفردا أمام فرد. وهناك أربعة ألعاب من نوع المحاكاة الرياضية أين يكون فيها المنافس فريقا بالضرورة.

الجدول رقم (32): نوع الصعوبات الميدانية التي يواجهها البطل في ألعاب الفيديو المختارة

نوع الصعوبات الميدانية	العدد	النسبة المئوية
صعوبات طبيعية	08	42.11
صعوبات طبيعية وتقنية	02	10.53
صعوبات طبيعية واستراتيجية	01	05.26
صعوبات استراتيجية	04	21.05
كل أنواع الصعوبات	04	21.05
المجموع	19	100

تشير معطيات الجدول رقم (32) أن الألعاب التي تحوي صعوبات طبيعية تأتي في الصدارة بنسبة 42.11 بالمائة، تليها الألعاب التي تحوي صعوبات استراتيجية وتلك التي تحوي كل أنواع الصعوبات بنسبة 21.05 بالمائة لكليهما، ثم الألعاب ذات الصعوبات الطبيعية والتقنية بنسبة 10.53 بالمائة وأخيرا الألعاب التي تحوي صعوبات طبيعية واستراتيجية بنسبة 05.26 بالمائة.

ويتضح من هذه النتائج أن هنالك تركيزا على ضرورة وجود الصعوبات الطبيعية لأنها هي التي تخلق تلك الواقعية الافتراضية التي تجعل اللاعب ينغمس حركيا في السيناريو المقدم له. وبعدها تأتي بقية

أنواع الصعوبات بحسب طبيعة الألعاب في حد ذاتها. فألعاب المحاكاة الرياضية عادة ما نجد فيها صعوبات استراتيجية، بينما نجد في ألعاب الحركة صعوبات طبيعية أو صعوبات تقنية أو كل أنواع الصعوبات مجتمعة. وتتردد في ألعاب المحاكاة الواقعية عادة الصعوبات الطبيعية. أما في الألعاب التقليدية فالصعوبات تكون تقنية محضة.

الجدول رقم (33) : مستوى الصعوبات الميدانية لأبطال ألعاب الفيديو المختارة

مستوى الصعوبات الميدانية	العدد	النسبة المئوية
مفاجئة	02	10.53
متصاعدة	13	68.42
متماثلة	02	10.53
مفاجئة ومتصاعدة	01	05.26
كل مستويات الصعوبة	01	05.26
المجموع	19	100

يشير الجدول رقم (33) أن الألعاب ذات مستويات الصعوبة المتصاعدة هي الأكثرية بنسبة 68.42 بالمائة، تليها، الألعاب ذات المستوى المفاجئ أو المتماثل من الصعوبة بنسبة 10.53 بالمائة لكليهما، وأخيرا الألعاب ذات مستويات الصعوبة المفاجئة والمتصاعدة في آن واحد و الألعاب ذات كل أنواع مستويات الصعوبة.

وتؤكد هذه المعطيات ما ورد في الفصل الثالث، حيث يتجه مصممو ألعاب الفيديو على وضع صعوبات متصاعدة، حتى تجعل اللاعب يتعود عليها ويهيئ نفسه لصعوبات أكبر وأكثر مع مرور اللعب. ونادرا ما يتم اعتماد كل أنوع مستويات الصعوبة لأن ذلك سيخلق صعوبات جمة للاعب وقد يجعله يراوح مكانه ولا يتقدم، وهذا في غير مصلحة منتجي اللعبة، لأن الفشل المستمر سيقلل من قيمة اللعبة لدى اللاعبين وينفرهم منها. وحتى وإن وجدت كل أنواع الصعوبات فهنالك حرص على تقديم إعانات تقنية من خلال دليل اللعبة.

الجدول رقم (34) طبيعة الوسائل التعبيرية المستخدمة في ألعاب الفيديو المختارة

طبيعة الوسائل التعبيرية	العدد	النسبة المئوية
رسوم متحركة ومؤثرات صوتية	01	04
رسوم متحركة ومؤثرات صوتية و لغة لفظية	03	12
رسوم ثلاثية الأبعاد ومؤثرات صوتية و لغة لفظية	20	80
رسوم متحركة	01	04
المجموع	25	100

يشير الجدول رقم (34) أن 80 بالمائة من ألعاب الفيديو المختارة تستخدم فيها رسوم ثلاثية الأبعاد ومؤثرات صوتية ولغة لفظية، بينما تضم 12 بالمائة منها رسوما متحركة ومؤثرات صوتية ولغة لفظية، و 04 بالمائة تستخدم فيها الرسوم المتحركة والمؤثرات الصوتية أو الرسوم الثابتة فقط.

ويتضح من الجدول أن الوسائل التعبيرية الأكثر استخداما هي الرسوم الثلاثية الأبعاد، لكونها تعطي ذلك الانطباع بالواقعية، لأن اللاعب يحس بقدرته على مسك الصورة، ويساعد ذلك بالضرورة على الانغماس. ولأن الانغماس المطلوب يجب أن يكون كليا، فإن ذلك يقتضي مرافقة هذه الصور الشديدة الواقعية بمؤثرات صوتية تزيد من تلك الواقعية، وأيضا استخدام اللغة اللفظية وإن بشكل محدود وهذا لظروف معينة في اللعب تقتضي استخدامها، من مثل إعطاء إشارات مساعدة.

ومع ذلك فإننا قد نجد ألعابا تستخدم الرسوم المتحركة، ومبرر ذلك إما القصة الواردة فيه والمرتبطة أحيانا بمجلات الرسوم (Bandes dessinées) أو لأن البطل ترسخ في الأذهان بكونه شخصية كرتونية مثلما هو الحال مع "ماريو".

الجدول رقم (35): المعالجة الفنية للرسوم المستخدمة في ألعاب الفيديو المختارة

المعالجة الفنية للرسوم	العدد	النسبة المئوية
واقعية	21	84
كاريكاتورية	03	12
مختلطة	01	04
المجموع	25	100

تشير معطيات الجدول رقم (35) بأن 84 بالمائة من ألعاب الفيديو المختارة تمت معالجة الرسوم فيها بواقعية، بينما شكلت الألعاب ذات المعالجة الفنية الكاريكاتورية 12 بالمائة فقط و ذات المعالجة الفنية المختلطة 04 بالمائة فقط.

وتتوافق هذه النتائج مع مبدأ صناعة الواقع الافتراضي، الذي يقتضي جعل كل مكونات اللعبة واقعيا والحركات فيها كذلك حتى يحدث الانغماس. كما أن الحالات التي تستخدم فيها معالجة فنية كاريكاتورية أو مختلطة قليلة ومرتبطة دوما بنوع الشخصية البطلة للعبة.

الجدول رقم (36) : المعالجة الفنية للألوان المستخدمة في ألعاب الفيديو المختارة

المعالجة الفنية للألوان	العدد	النسبة المئوية
قاتمة	06	24
زاهية	17	68
متحكم فيها	02	08
المجموع	25	100

يظهر الجدول رقم (36) بأن 68 بالمائة من ألعاب الفيديو المختارة تحوي ألوانا زاهية، و24 بالمائة منها تحوي ألوانا قاتمة و 08 بالمائة منها تحوي ألوانا متحكما فيها.

وجاءت هذه المعطيات متوافقة مع طبيعة الألعاب، وأهداف مصمميها. فمن جهة الرغبة في صناعة ذلك الواقع الافتراضي تقتضي استخدام الألوان الزاهية المتوافقة مع الواقع، واستخدام القاتم متوافق مع طبيعة الألعاب التي تحوي مشاهد رعب كما هو الحال في لعبة "ريزيدانت افايل" أين تسود الوحوش أو "تومب رايدر" التي تغوص في العوالم المجهولة والغريبة.

أما الألعاب المتحكم في ألوانها مثل "كوتر سترايك" فهي تعطي أدوات لعب للاعب، بحيث يمكنه التعرف على المحيط الذي ينشط فيه والتعرف على دلائل وجود أعدائه جراء التحكم في الألوان. ولهذا يفضل في هذه الألعاب استخدم جهاز الكومبيوتر بدل عارضات التحكم.

الجدول رقم (37): خصائص جنيريك ألعاب الفيديو المختارة

خصائص الجنيريك	العدد	النسبة المئوية
رسوم ثابتة و مؤثرات صوتية	01	04
رسوم ثابتة ومؤثرات صوتية وموسيقى	01	04
رسوم متحركة ومؤثرات صوتية وموسيقى	04	16
رسوم ثلاثية الأبعاد ثابتة ومؤثرات صوتية	01	04
رسوم ثلاثية الأبعاد متحركة ومؤثرات صوتية وموسيقى	08	32
رسوم ثلاثية الأبعاد ثابتة ومؤثرات صوتية وموسيقى	10	40
المجموع	25	100

يبين الجدول رقم (37) أن 40 بالمائة من ألعاب الفيديو المختارة يتكون الجنيريك فيها من رسوم ثلاثية الأبعاد ثابتة ومؤثرات صوتية وموسيقى ، و 32 بالمائة منها من رسوم ثلاثية الأبعاد متحركة ومؤثرات صوتية وموسيقى و 16 بالمائة من رسوم متحركة ومؤثرات صوتية وموسيقى و04 بالمائة من رسوم ثابتة ومؤثرات صوتية أو رسوم ثابتة ومؤثرات صوتية وموسيقى أو رسوم ثلاثية الأبعاد ثابتة ومؤثرات صوتية.

يلاحظ إذا كثرة استخدام الرسوم الثلاثية الأبعاد بنوعيها الثابت والمتحرك، وهنالك حرص على وجود المؤثرات الصوتية والموسيقى لكونها عوامل جذب للانتباه وتأثير وجداني وهذا من ضرورات تحضير اللاعب للانغماس في الواقع الافتراضي للعبة.

الجدول رقم (38) : نوع الحركات في ألعاب الفيديو المختارة

نوع الحركات	العدد	النسبة المئوية
واقعية	18	72
خيالية	02	08
مختلطة	05	20
المجموع	25	100

يشير الجدول رقم (38) بأن 72 بالمائة من ألعاب الفيديو المختارة حركاتها واقعية و 20 بالمائة مختلطة بين واقعية وخيالية و 08 بالمائة فقط خيالية فقط.

والواقعية مطلوبة في ألعاب الفيديو من أجل جذب اللاعب وجعله ينغمس في السيناريو الحركي المقدم. لكن هذا لا يمنع من استخدام بعض من الحركات الخيالية التي تشير إلى قدرات البطل أحيانا أو لقوة العدو أو المنافس في أحيانا أخرى وفي ذلك تعظيم لقدرات البطل (أي اللاعب) لكونه يستطيع التفوق على من يملكون مثل هذه القدرات.

ضف إلى ذلك أن بعض الشخصيات التي تحمل الطابع الهزلي، تقتضي وجود بعض الحركات الخيالية كما هو الشأن مع لعبة "ماريو" مثلا.

الجدول رقم (39) : الموسيقى في ألعاب الفيديو المختارة

الموسيقى	العدد	النسبة المئوية
مصاحبة للجنيريك	09	37.50
في الجنيريك ومرافقة للحركات	15	62.50
المجموع	24	100

يظهر الجدول رقم (39) بأن 62.50 بالمائة من الألعاب تكون الموسيقى فيها في الجنيريك ومرافقة للحركات أيضا، بينما لا توجد الموسيقى سوى في الجنيريك في 37.50 بالمائة من الألعاب فقط.

وتعد هذه النتيجة منطقية قياسا بطبيعة الألعاب من جهة والرغبة في صناعة الواقعية أيضا. فطبيعة الألعاب تقتضي وجود موسيقى مرافقة لصناعة الحيوية، خاصة إذا كان السيناريو فيها نمطيا، والبعض الآخر لا يتطلب وجود موسيقى مرافقة للحركات لوجود مؤثرات صوتية طبيعية تصنع الإحساس المطلوب بالواقعية أو لأن اللعب في حد ذاته يتطلب الصمت من أجل التركيز على التحركات الجارية

للعدو أو المنافس أو التركيز على مكونات الديكور التي تعطي مؤشرات للسلوك الواجب اتباعه من أجل الفوز.

الجدول رقم (40) : الغناء في ألعاب الفيديو المختارة

الموسيقى	العدد	النسبة المئوية
يصاحبها غناء	05	20
لا يصاحبها غناء	20	80
المجموع	25	100

يظهر الجدول رقم (40) أن 80 بالمائة من ألعاب الفيديو المختارة لا يصاحبها غناء و 20 بالمائة منها يصاحبها غناء.

وتؤكد هذه النتائج على أن الغناء شيء ثانوي في ألعاب الفيديو خاصة مع وجود المؤثرات الصوتية والموسيقى.

الجدول رقم (41) : الضجيج في ألعاب الفيديو المختارة

الضجيج	العدد	النسبة المئوية
طبيعي	15	60
مصطنع	01	04
كلاهما	08	32
غير موجود أصلا	01	04
المجموع	25	100

يشير الجدول رقم (41) أن 60 بالمائة من ألعاب الفيديو المختارة تحوي ضجيجا طبيعيا و 32 بالمائة تحوي مزيجا من الضجيج الطبيعي والضجيج الاصطناعي. و 04 بالمائة فقط من العينة تحوي ضجيجا مصطنعا أو لا وجود لضجيج فيها أصلا.

وهذه النتائج تتوافق مع نتائج الجداول السابقة التي تؤكد كلها على رغبة المصممين في التركيز على الواقعية وصناعة واقع افتراضي لا تكون فيه للأمور المصطنعة أو الخيالية حيزا كبيرا فيها.

الجدول رقم (42) : اللغة المستخدمة في ألعاب الفيديو المختارة

اللغة المستخدمة	العدد	النسبة المئوية
غربية	25	100
المجموع	25	100

كل الألعاب تحوي لغة غربية، كما يظهره الجدول رقم (42)، وهذا مفهوم لأنها موجهة لجمهور غربي بالدرجة الأولى.

الجدول رقم (43) : طبيعة اللغة المستخدمة في ألعاب الفيديو المختارة

طبيعة اللغة المستخدمة	العدد	النسبة المئوية
بسيطة	25	100
المجموع	25	100

كل الألعاب تضم لغة بسيطة، كما تشير إليه معطيات الجدول رقم (43)، وهذا منطقي لأن الصعوبة تنفر في مثل هذه الألعاب والجمهور المستهدف عام وليس خاصا. وتقتصر اللغة على إشارات بسيطة أو مساعدة لاتخاذ قرارات اللعب فيما بعد.

المطلب الرابع : القيم المحتواة في ألعاب الفيديو المفضلة لدى العينة :

الجدول رقم (44) : قيم أبطال ألعاب الفيديو المختارة

أنواع القيم	القيم	العدد	النسبة المئوية	معدل النسب المئوية (حسب نوع القيم)
قيم أخلاقية	الوفاء	03	12	35.00
	الرحمة	01	04	
	العدالة	06	24	
	الصبر	25	100	
قيم حركية وجسمانية	الحذر	25	100	95.20
	القوة	22	88	
	المهارة	25	100	
	السرعة	25	100	
	الجمال	22	88	
قيم اجتماعية	التضحية	14	56	54.40
	مساعدة الغير	15	60	
	التعاون	09	36	
	النظافة	07	28	
	الأناقة	23	92	
قيم عقلية	التخطيط	18	72	82
	النظام	14	56	
	التكيف	25	100	
	الذكاء	25	100	
قيم نفسية	المخاطرة	20	80	89.33
	الشجاعة	22	88	
	المثابرة	25	100	

يتضح من الجدول رقم (44) أن القيم الحركية والجسمانية تأتي في مقدمة أنواع القيم الأكثر ترددا بنسبة 95.20 بالمائة، تليها القيم النفسية بنسبة 89.33 بالمائة، ثم القيم النفسية بنسبة 82 بالمائة ثم القيم الاجتماعية بنسبة 54.4 بالمائة وأخيرا القيم الأخلاقية بنسبة 35 بالمائة.

وضمن هذه القيم أيضا، نجد أن قيم المهارة والسرعة والحذر كانت مترددة في كل الألعاب، تليها قيمتا القوة والجمال بنسبة 88 بالمائة لكليهما. وضمن القيم النفسية، جاءت قيمة المثابرة في كل الألعاب (100 بالمائة) ثم الشجاعة في المركز الثاني بنسبة 88 بالمائة متقدمة المخاطرة (80 بالمائة).

وضمن القيم العقلية، حل الذكاء والتكيف في الريادة بترددهما في جميع الألعاب المختارة، يليها التخطيط بنسبة 72 بالمائة وأخيرا النظام بنسبة 56 بالمائة.

وضمن القيم الاجتماعية، جاءت الأناقة في الصدارة بنسبة 92 بالمائة تليها مساعدة الغير بنسبة 60 بالمائة، فالتضحية بنسبة 56 بالمائة ثم التعاون بنسبة 36 بالمائة وأخيرا النظافة بنسبة 28 بالمائة.

و ضمن القيم الأخلاقية، تردد الصبر في كل الألعاب المختارة، بينما لم تتردد قيمة العدالة سوى في 24 بالمائة منها، وقيمة الوفاء في 12 بالمائة منها وأخيرا الرحمة في لعبة واحدة فقط.

وجاءت النتائج منطقية لسببين. أولهما بطبيعة الألعاب في حد ذاتها والتي تتطلب حركية وإن في مكان مستقر في ممارستها وحركية من خلال الأبطال الذين يتم التحكم فيهم في اللعبة، إضافة إلى متطلبات عقلية تتيح التعامل مع مختلف الوضعيات التي يكونها اللعب التفاعلي والتي تؤدي باللاعب إلى الانغماس الكلي في أجواء اللعب.

كما جاءت القيم في هذه الألعاب متوافقة مع القيم السائدة في المجتمعات التي صممت فيها هذه الألعاب. أي المجتمعات التي تسود فيها الحركية والعقلانية، و القيم النفسية ثم القيم الاجتماعية وأخيرا القيم الأخلاقية التي تعد ثانوية جدا فيها.

الجدول رقم (45) : القيم السلبية لأبطال ألعاب الفيديو المختارة

القيم	العدد	النسبة المئوية
الكذب	01	04
اللاتسامح	08	32
الظلم	02	08
الأنانية	01	04
التلوث	02	08
الفوضى	04	16
الجنس	10	40
العنف	13	52

حملت ألعاب الفيديو المختارة الكثير من القيم السلبية التي يجسدها البطل، حسب ما تظهره معطيات الجدول رقم (45). ويأتي العنف في الصدارة بنسبة 52 بالمائة ثم الجنس بنسبة 40 بالمائة، ثم اللاتسامح بنسبة 32 بالمائة، ثم الفوضى بنسبة 16 بالمائة ثم التلوث والظلم بنسبة 08 بالمائة وأخيرا الأنانية والكذب بنسبة 04 بالمائة.

ويمكن تفسير تواجد هذه القيم بطبيعة الألعاب في حد ذاتها والسيناريو المتضمن فيها. فكما ورد في الجدول رقم 18، معظم الألعاب لا تتناسب وسن العينة، بسبب ما تحويه من مشاهد الجنس والعنف بالدرجة الأولى. ويتجسد العنف في الاستخدام المفرط للقوة من قبل الأبطال، بينما يتجسد الجنس في

مشاهد خليعة في بعض الأحيان وفي المظهر الجسدي واللباس اللذان يحملان الكثير من الإيحاءات الجنسية.

ومع العنف تظهر بالضرورة قيمة اللاتسامح مع (الأعداء). ولأن البطل يسعى إلى تحقيق هدفه مهما كان، فلا ضير من اتخاذ كل السبل من أجل ذلك، وإن باستعمال أشياء سلبية.

ضف إلى ذلك أن قيمة الخير والصلاح لا تتجسد بالضرورة في البطل في ألعاب الفيديو المختارة، فالبطل قد يكون مجرما مثلما هو الحال في لعبة "السرقة الكبيرة للسيارات 3" – " Grand Theft Auto III"، كما يمكن أن يكون إرهابيا مثلما هو الحال في لعبة كونتر سترايك (Counter Strike 1.6).

الجدول رقم (46) : قيم عدو أو منافس أبطال ألعاب الفيديو المختارة

أنواع القيم	القيم	العدد	النسبة المئوية	معدل النسب المئوية (حسب نوع القيم)
قيم أخلاقية	الوفاء	03	13.64	22.73
	الرحمة	02	09.09	
	العدالة	02	09.09	
	الصبر	13	59.09	
قيم حركية وجسمانية	الحذر	20	90.91	83.64
	القوة	20	90.91	
	المهارة	19	86.36	
	السرعة	20	90.91	
	الجمال	13	59.10	
قيم اجتماعية	التضحية	06	27.27	36.36
	مساعدة الغير	06	27.27	
	التعاون	11	50.00	
	النظافة	04	18.18	
	الأناقة	13	59.09	
قيم عقلية	التخطيط	15	68.18	70.45
	النظام	08	36.36	
	التكيف	20	90.91	
	الذكاء	19	86.36	
قيم نفسية	المثابرة	20	90.91	75.76
	المخاطرة	16	72.73	
	الشجاعة	14	63.64	

يظهر الجدول رقم (46) أن القيم الحركية والجسمانية تأتي في مقدمة قيم أعداء ومنافسي البطل في ألعاب الفيديو المختارة بنسبة 83.64 بالمائة، تليها القيم النفسية بنسبة 75.76 بالمائة ثم القيم العقلية بنسبة 70.45 ثم القيم الاجتماعية بنسبة 36.36 بالمائة وأخيرا القيم الأخلاقية بنسبة 22.73 بالمائة.

والملاحظ أن هذا الترتيب هو نفسه الذي سجلناه لدى قيم أبطال ألعاب الفيديو المختارة مع فروق طفيفة في القيم. مما يعني أن الأدوار وإن اختلفت بين بطل وعدو أو منافس تتجسد فيها القيم ذاتها، لأنها مرتبطة بمتطلبات اللعب وبالخصوص الفوز في هذا اللعب التخيلي.

الجدول رقم (47) : القيم السلبية لعدو أو منافس أبطال ألعاب الفيديو المختارة

القيم	العدد	النسبة المئوية
الكذب	06	27.27
الخيانة	05	22.73
اللاتسامح	13	59.09
الظلم	09	40.91
الأنانية	07	31.82
التلوث	09	40.91
الفوضى	08	36.36
الجنس	06	27.27
العنف	14	63.64

يتضح من الجدول رقم (47) أن العنف هي القيمة السلبية لعدو أو منافس البطل الأكثر ترددا مقارنة ببقية القيم السلبية بنسبة 63.64 بالمائة، تليها قيمة اللاتسامح بنسبة 59.09 بالمائة ثم قيمتا الظلم والتلوث بنسبة 40.91 بالمائة لكل منهما، ثم قيمة الفوضى بنسبة 36.36 بالمائة، ثم قيمة الأنانية بنسبة 31.82 بالمائة ثم قيمتا الكذب و الجنس بنسبة 27.27 لكل منهما وأخيرا قيمة الخيانة بنسبة 22.73 بالمائة.

وتأتي هذه التراتبية منطقية قياسا بسيناريو هذه الألعاب وأدوار الأشرار الموجودة فيها والأدوار المفروضة لمنافسي البطل. فلأن غالبية الألعاب هي ألعاب الحركة فبالضرورة يعد العنف قيمة سلبية محورية في هذه الألعاب تليها القيم السلبية التي تدور في فلك أحداث الحركة والقتال والصراع والتسابق.

الجدول رقم (48) : مقارنة بين قيم البطل وعدوه أو منافسه في ألعاب الفيديو المختارة

أنواع القيم	البطل	العدو أو المنافس
قيم أخلاقية	35.00	22.73
قيم حركية وجسمانية	95.20	83.64
قيم اجتماعية	54.40	36.36
قيم عقلية	82	70.45
قيم نفسية	89.33	75.76

يظهر الجدول (48) وجود تقارب كبير بين أنواع قيم البطل وأنواع قيم عدوه أو منافسه. حيث يسجل وجود نفس التراتبية وإن بأرقام مختلفة نسبيا. وهنا تكمن الخطورة في مثل هذه الألعاب، حيث لا يهم كثيرا الدور الذي تلعبه، طالما أن القيم هي ذاتها تقريبا، ومن ثم قد يتم تقبل القيم السلبية طالما أنها موجودة لدى من يحمل صفة الخير ولدى من يحمل صفة الشر. ويلاحظ أن أكبر الاختلافات هي موجودة على مستوى القيم الأخلاقية و الاجتماعية التي تقل أكثر لدى عدو أو منافس البطل.

الجدول رقم (49) : مقارنة بين القيم السلبية للبطل ومنافسه أو عدوه في ألعاب الفيديو المختارة

القيم	البطل		عدو أو منافس البطل	
	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية
الكذب	01	04	06	27.27
الخيانة	00	00	05	22.73
اللاتسامح	08	32	13	59.09
الظلم	02	08	09	40.91
الأنانية	01	04	07	31.82
التلوث	02	08	09	40.91
الفوضى	04	16	08	36.36
الجنس	10	40	06	27.27
العنف	13	52	14	63.64

يظهر الجدول رقم (49) أن هنالك بعض القيم السلبية التي تتقارب نسبة وجودها بين البطل وعدوه أو منافسه في ألعاب الفيديو المختارة، وهناك قيم سلبية أخرى تفترق فيها النسب ما بين الطرفين. ومن القيم ذات النسب المتقاربة نجد العنف بنسبة 52 بالمائة للبطل و 63.64 بالمائة لعدو أو منافس البطل والجنس بنسبة 40 بالمائة للبطل و 27.27 بالمائة بالنسبة للطرف المقابل.

ويفترق الأمر بالنسبة لبقية القيم السلبية على حد بعيد. إذ نجد بأن قيمة اللاتسامح هي 32 بالمائة لدى البطل في ألعاب الفيديو المختارة و 59.09 بالنسبة للعدو أو المنافس و نجد نسبة الظلم بنسبة 08.00

بالمائة للطرف الأول و 40.91 بالمائة للثاني و الفوضى بنسبة 16 بالمائة للأول و 36.36 بالمائة للثاني و التلوث بنسبة 08.00 بالمائة للبطل و 40.91 بالمائة للثاني. أما الخيانة فهي معدومة لدى البطل وهي بنسبة 22.73 بالمائة لدى العدو أو المنافس. ونجد الأنانية والجنس بنسبة 04.00 بالمائة لدى البطل، و 31.32 بالمائة و 27.27 بالمائة على التوالي لدى من يقابله.

المبحث الثاني : التحليل الكيفي لألعاب الفيديو المختارة :

(1). تحليل لعبة كونتر سترايك (Counter Strike 1.6) :

تعني كونتر سترايك الهجوم المضاد، وهي لعبة فيديو تصنف ضمن ألعاب الحركة عموما وضمن ألعاب الرمي تحديدا. وهي لعبة يمكن أن تمارس بشكل فردي أو جماعي. هذه اللعبة عبارة عن طبعة مطورة للعبة هالف لايف (Half Life) التي أطلقت أول نسخة منها يوم 18 جوان 1999 (1).

تقوم فكرة اللعبة على أساس مواجهة بين إرهابيين ومكافحي الإرهاب خلال عدة جولات. ويسجل اللاعبون نقاطا عند تحقيق الأهداف الموجودة في خريطة اللعبة و القضاء على منافسيهم من أجل فوز فريقهم.

وتشهد الطبعة 1.6 من كونتر سترايك التي أصدرت في 08 نوفمبر 2000 (2) نجاحا باهرا خصوصا على شبكة الإنترنيت، مما يجعلها لعبة الرمي الأكثر استقطابا للممارسين على الخط وأفضل بكثير من الطبعات السابقة مثل كونتر سترايك : سورس (المنبع).

تجري لعبة كونتر سترايك 1.6 في عدة جولات المدة القصوى لكل واحدة منها 05 دقائق على خريطة لعب ثلاثية الأبعاد. ويتواجه فريق من الإرهابيين مع فريق من مكافحي الإرهاب والفريق الفائز هو الذي يحقق أهداف الفوز والتي تتغير حسب كل خريطة، أو القضاء على كل لاعبي الفريق الآخر. وفي حال انتهت جولة من دون فائز فإن الفريق الذي لم يحقق أهدافه يخسر بالإقصاء.

ويبدأ كل اللاعبين بنفس الحجم من نقاط الحياة و نقاط التسليح والتي نجحوا في الحفاظ عليها خلال الجولة السابقة. وعندما تحدث أضرار بسبب طلقات المنافسين أو الزملاء أو من سقوط عنيف تتناقص نقاط حياة اللاعب.

وتحدد مواقع تلقي الرصاصات على مستوى الذراع الأيمن والأيسر و الساق اليمنى واليسرى والجذع و الرأس وبالتالي تتسبب في تلف بحسب المكان المصاب علما أن الرمية على مستوى الرأس غالبا ما تكون مميتة. ولا يؤدي خسارة حياة إلى آثار جانبية على الشخصية. وعندما يتم استنفاذ كل نقاط الحياة فإن اللاعب يعتبر مقتولا.

وفي الخرائط الرسمية، يكون اللاعب مزودا بمسدس و سكين، ويمكنه خلال فترة محدودة و في الأماكن المحددة لذلك، اقتناء تجهيزات وأسلحة مختلفة و سترات واقية و قنابل يدوية ونظارات الرؤية الليلية و حتى آلات تفكيك القنابل.

عند بداية كل لعبة يمكن للاعب أن يختار معسكره أي إرهابي أو مكافح للإرهاب في حدود الأماكن المتوفرة أو حتى أن يكون متفرجا. ويبدأ كل لاعب المباراة ب800 دولار أمريكي وهو المبلغ الغير كافي لاقتناء تجهيزات قوية وبالتالي يضطر إلى اكتساب المال مع مرور الجولات، إذا ما قتل

منافسا أو وفى بشرط للنصر أو عندما يضع قنبلة تنفجر أو يحرر رهينة أو يطلب منه متابعتها.

وتوجد في كونتر سترايك أربعة سيناريوهات متغيرة بحسب الخرائط. وتتغير شروط الفوز عند المعسكرين وتتبدل بحسب السيناريو. والسيناريوهان الأكثر ممارسة هما "القنبلة – التفكيك" و "تحرير الرهائن".

وكما هو موضح من اسميهما، يسعى الإرهابيون في السيناريو الأول إلى وضع قنبلة في أحد الموقعين ومنع مكافحي الإرهاب من تفكيكها على أن تنفجر القنبلة بعد 45 ثانية. وفي حال تم ذلك يفوز الإرهابيون، وفي حال نجح مكافحو الإرهاب في تفكيكها فهم الفائزون.

أما بخصوص السيناريو الثاني، فيهدف مكافحو الإرهاب إلى إيجاد مجموعة من الرهائن وتحريرهم، ويعود لهم الفوز إذا ما نجحوا في ذلك، لكن يهدف الطرف الآخر إلى منعهم من الوصول إلى مبتغاهم والقضاء بالتالي عليهم.

والسيناريوهان الآخران هما "الاغتيال" و "الفرار". ففي الأول يكون هدف الإرهابي القضاء على شخصية رفيعة، بينما يسعى مكافحو الإرهاب إلى حمايتها. وفي الثاني ينطلق الإرهابيون من منطقة محصنة ويتوجب عليهم الفرار، بينما يعمل الطرف الآخرون على منعهم من ذلك.

ويوجد في اللعبة ثمانية شخصيات تستخدم في اللعب مقسمة على معسكرين متنافسين. الإرهابيون ومكافحو الإرهاب.

فضمن معسكر مكافحي الإرهاب، يمكن للاعب أن يختار ما بين المجموعات الأربع التالية: قوة التدخل للدرك الوطني الفرنسي" GIGN"، و القوات الجوية الخاصة البريطانية خلال الحرب العالمية الثانية "ساس SAS"، و "سيل تيم سيكس SEAL TEAM SIX" وهي وحدة أمريكية للقوات الخاصة وأخيرا "GSG 9" وهي وحدة تدخل ألمانية خاصة ولدت بعد حادثة اختطاف رهائن (إسرائيليين) خلال الألعاب الأولمبية لميونيخ 1972.

أما بخصوص معسكر الإرهابيين فلم يتم اختيارهم من أي تنظيمات إرهابية واقعية موجودة.

كما يتضح من خلال العرض السابق فإن هذه اللعبة عنيفة جدا وهي لا تلائم الأطفال (ممنوعة لأقل من 16 سنة)، إذ تتجسد فيها قيم القتل والعنف والاستخدام المفرط للقوة، وكل ذلك في جو واقعي معروض من خلال الصور الثلاثية الأبعاد والأصوات الواقعية جدا. وتبسط اللعبة قضية الإرهاب، لتصورها مجرد لعبة تضاهي تلك الجارية في الواقع. كما تكمن الخطورة في هذه اللعبة في إمكانية أن يختار اللاعب أن يكون إرهابيا ومن ثم أن يتمثل في صفات الإرهابيين من خلال اللعب التخيلي الذي قد يدوم ساعات طويلة. وكما ورد ذكره سابقا فإن فرق مكافحة الإرهاب في اللعبة هي مأخوذة من فرق واقعية، وللأسف تابعة للدول الغربية الكبيرة، ولبعضها سوابق مع قضايا إرهاب مرتبطة بالجزائر من مثل قوة التدخل للدرك الوطني الفرنسي" GIGN" التي حررت رهائن طائرة الخطوط الجوية

الفرنسية التي اختطفت من مطار الجزائر عام 1994 من طرف الجماعة الإسلامية المسلحة "GIA". ومع أن شخصيات الإرهابيين غير مأخوذة من تنظيمات واقعية، إلا أن مجرد وضعها في مواجهة الفرق السابقة الذكر يجعل من السهل توقع هوياتهم.

(2). تحليل لعبة "السرقة الكبيرة للسيارات 3" – "Grand Theft Auto III" :

تصنف لعبة "السرقة الكبيرة للسيارات 3" والتي تختصر بتسمية جي تي أ GTA III 3"، ضمن ألعاب الحركة عموما وألعاب المغامرات تحديدا وتمارس بشكل فردي. وهي واحدة من سلسلة ألعاب السرقة الكبرى للسيارات GTA، وتتميز عنها بأنها ثلاثية الأبعاد تتيح واقعية شديدة.

وقد كانت اللعبة مصدر الكثير من النقاشات الحادة والانتقادات بسبب العنف والجنس الحاضرين في اللعبة، علما أنها سجلت مبيعات عالية جدا حتى أنها صار اللعبة الأكثر مبيعا عام 2001**(3)**.

وعالم جي تي أ3 مستوحى من العديد من الأفلام والمسلسلات العنيفة أو المرتبطة بقصص العصابات، مثل "العراب Le Parrain" و "الطريق المسدود L'Impasse" ... إلخ.

تجري اللعبة في عام 2001، حيث يجسد اللاعب شخصية مجرم بدون اسم يخرج لتوه من ولاية سان أندرياس رفقة صديقته "كاتالينا" التي تسبقه وتحاول قتله خلال عملية سطو للبنك المركزي لمدينة "ليبرتي سيتي" (مدينة الحرية).

بمجرد أن يتعافى من جراحه يتم إدخاله في سجن "ليبرتي سيتي" في شاحنة الشرطة عندما تتعرض هذه الأخيرة لهجوم فوق جسر من طرف عصابة كولومبية جاءت لتحرر أحد أعضائها. ويستغل البطل الفرصة ليفر بواسطة سيارة مع مسجون آخر. ويأخذ هذا المسجون البطل إلى أحد أعضاء المافيا الإيطالية لتبدأ رحلة طويلة في عالم الإجرام بالمدينة.

ومن أجل الحصول على المال، يقوم البطل بإنجاز بعض المهام ينجح فيها ليصنع لنفسه سمعة تسمح له بالتقرب من عراب المافيا في مدينة ليبرتي سيتي. لكن عندما يعلم هذا العراب أن زوجته لديها مشاعر تجاه بطل القصة لديه يقرر القضاء عليه.

يفر البطل مع زوجة العراب ويبدأ في العمل مع عصابة الياكوزا اليابانية وقائدها كينجي الذي يملك محلا للمراهنة واللهو. ومع مرور الوقت يتفاجأ بأن صديقته السابقة كاتالينا هي التي ترأس العصابة الكولومبية. كما يعمل البطل مع شرطي مرتشي الذي يطلب منه قتل شرطي مرتشي آخر. ويحل البطل مع مرور الوقت على أسلحة من العيار الثقيل (قاذفة صواريخ وقنابل يدوية).

ثم ينتقل البطل ليعمل مع شخصية أخرى ستطلب منه قتل قائد الياكوزا بكل سرية وهو ما سيقوم به البطل سرا ليعتقد أعضاء الياكوزا أن الاغتيال قامت به العصابة الكولومبية، ويستمروا في الثقة في البطل.

في هذا السياق يتلقى البطل مكالمة غامضة تطلب منه المجيء إلى شارع مظلم وكانت تلك محاولة من كاتالينا لقتله، لكنه ينجو ويعمل مع العصابة اليابانية للوقوف ضد سيطرة الكولومبيين على المدينة وفي الأخير يقوم بنفسه بقتل كاتالينا. والملاحظ أنه طيلة أطوار قصة اللعبة لا يتفوه البطل بأي كلمة.

كما يتضح من خلال قصة اللعبة فإن البطل يجسد شخصية مجرم فار يسعى إلى أن يصنع لنفسه اسما في مدينة "ليبرتي سيتي". وهو بذلك يحتك بكل أنواع العصابات الموجودة ومن مختلف الجنسيات.

و كل الأعمال السلبية محبذة مثل الاغتيال و سرقة السيارات و قتل المارين بل تسمح بالفوز بالمال بحسب خطورة الفعل. وإذا ما قتل البطل أو قبض عليه فإنه يستيقظ في المستشفى لتؤخذ منه الأسلحة وجزء من أمواله تستخدم في عملية علاجه أو كرشوة من أجل الهروب. ويملك اللاعب بذلك عددا لا محدودا من الحياة ولا يمكنه أن يخسر نهائيا في اللعبة. وتكمن خطورة اللعبة بذلك في إتاحة المجال للاعب لأن يجسد شخصية إجرامية دون الخوف من العقاب، إلى الحد الذي يجعل من الأعمال السلبية شيئا عاديا بل محبذا من أجل الفوز.

وقد أثارت اللعبة بسبب عنفها الكبير الكثير من الانتقادات حتى أن مصمميها تعرضوا للكثير من المتابعات القضائية من أجل سحبها لكونها تحث على العنف وأيضا على العنصرية وتتضمن مشاهد جنس وصارت بذلك رمزا للعنف في ألعاب الفيديو وتقدم كنموذج له من قبل وسائل الإعلام. وبسبب هذه الضجة قررت بعض الأسواق الكبرى فرض تقديم بطاقة هوية قبل بيع اللعبة له، حيث يشترط أن يكون سن مقتنيها فوق 18 سنة. وقد منعت اللعبة لفترة في أستراليا، كما أن محاميا أمريكيا أكد حسب معلومات مأخوذة من الشرطة أن شابا في سن ال16 كان يتأهب للقيام بإطلاق نار تقليدا بذلك الذي شاهده وقام به في لعبة جي تي أ 3، وأضاف بأن بعض الألعاب تستخدم للقيام بمحاكاة الجرائم في المدينة.

(3). تحليل لعبة "تومب رايدر الأسطورة" - "TOMB RAIDER LEGEND":

تومب رايدر (ضريح المغوار) الأسطورة واحدة من سلسلة من ألعاب الفيديو تومب رايدر التي انطلقت عام 1996، وصدرت لها طبعات جديدة بقصص جديدة أعوام 2006 و 2007(4). اللعبة التي تصنف ضمن ألعاب الحركة عموما وألعاب المغامرات تحديدا، ثلاثية الأبعاد اعتبرت بأنها أولى النجاحات التي تحققت من قبل مصممي آلة اللعب بلايستايشن Playsattion. بطلتها **لارا كروفت Lara Croft**، تحولت إلى إحدى أشهر شخصيات ألعاب الفيديو وأكثرها شعبية. وقد امتدت السلسلة لتحول إلى السينما و القصص والروايات المكتوبة.

وتجمع اللعبة بين مشاهد الحركة و المغامرات و أحيانا الألغاز الصعبة الحل. وتتحرك الشخصية (لارا كروفت) في ديكور ثلاثي الأبعاد وواقعي وجميل جدا تصاحبها موسيقى تجعل اللاعب يتعايش مع الأمكنة التي يتم زيارتها.

وفي كل طبعة جديدة من اللعبة يتم إدخال أسلحة وحركات جديدة. ويمكن للارا كروفت القفز إلى الخلف والسباحة و الدفع و قذف أشياء والتسلق و التأرجح على الحبل وتحطيم الأبواب باليد أو بالرجل.

وتعد تومب رايدر إحدى أولى الألعاب ثلاثية الأبعاد بشكل كامل. دخلت هذه اللعبة عالم السينما من خلال فيلم أنتج عام 2001 ويحمل اسم بطلة اللعبة "لارا كروفت". وجسدت الشخصية من قبل النجمة الأمريكية أنجلينا جولي(5).

وفي مختلف حلقات اللعبة، تواجه لارا كروفت قضايا غامضة تسعى إلى حلها وهي مرتبطة أساسا باسترجاع أشياء أثرية ذات قدرات عالية يسعى المجرمون إلى الحصول عليها واستخدامها بشكل سلبي.

وفي هذه اللعبة تتجسد الكثير من القيم السلبية من مثل العنف والجنس الذي يظهر بالخصوص من خلال مظهرها ولباسها الذي يبرز بعض مفاتن الجسم. إلا أن إيجابيتها تكمن في دفع اللاعب إلى التفكير وحل بعض الألغاز، إضافة إلى قيم أخرى من مثل الأناقة والحذر و المثابرة والمجازفة و التكيف مع مختلف الوضعيات الطارئة و السرعة في أداء الحركات والصبر ومساعدة الآخرين. ومع أن بعض الألغاز عالية الصعوبة إلا أنها لا ترقى إلى الحد الذي يجعل من هذه اللعبة ضمن ألعاب المغامرات والتفكير المنتمية إلى ألعاب الاستراتيجية. ويجسد أعداء بطلة اللعبة تقريبا نفس القيم، مع اختلاف في النوايا التي تقدم على أنها إيجابية عند البطلة وسلبية عند أعدائها.

(4). تحليل لعبة "ريزيدانت إيفايل 2" – " Resident Evil 2" :

تصنف لعبة ريزيدانت إيفايل (بيت الشياطين) لعبة فيديو تصنف ضمن ألعاب الحركة عموما وألعاب المغامرات تحديدا، صدرت عام 1998 **(6)**، وهي ممنوعة على من تقل أعمارهم عن 18 عاما، وتمارس بشكل فردي.

وفي هذه اللعبة التي تجري في مدينة راكون سيتي في الولايات المتحدة الأمريكية أين يوجد مختبر للمواد الكيميائية، يوجد بطلان إحداهما امرأة عادية والآخر شرطي جديد. في أول يوم من عمل الشرطي يجد في طريقه امرأة ميتة لتظهر فجأة مخلوقات غريبة (نصفها آدمي ونصفها وحشي) تطارده فيحاول إيقافها بمسدسه ويفشل ليتجه إلى مطعم للهروب منها وهنا يجد امرأة شابة يطاردها وحش. ويركب بعدها سيارة الشرطة من أجل الوصول إلى مقر الشرطة في راكون سيتي. بعد محادثة قصيرة يخرج وحش من مؤخرة السيارة فيحاول البطل أن يدفعه لكن يفقد سيطرته على السيارة التي تصطدم بلوحة إشارة. وفجأة تطارد البطلان شاحنة سائقها تم عضه من قبل الوحوش فصار منهم ولا يملك البطلان سوى القفز كل من جهته والهروب بشكل متفرق. ويطلب البطل عند القفز من البطلة التوجه نحو مقر الشرطة ليلتقيا هناك.

وتضم اللعبة قسمين، بحيث يتم الانتقال من القسم الأول إلى القسم الثاني الذي ينطلق من نقطة افتراق البطلين.

ويتمثل الهدف الرئيسي للبطلين القضاء على الوحوش التي تقابلهما والوصول إلى دواء يعالج من الحالة التي يسببها عض الوحوش، ويتم تسجيل النقاط عند القضاء على الوحوش.

مما سبق يتضح أن اللعبة عنيفة جدا و تضم مشاهد رعب شديدة الواقعية بسبب الصور الثلاثية الأبعاد التي صممت بها اللعبة. وتجعل اللعبة من اللاعب في حالة توتر شديد بسبب استمرارية الملاحقة والمفاجآت التي تطرأ في كل مرة، بظهور وحوش من كل مكان.

وتتجسد في بطلي اللعبة قسم التضحية والحذر ة المثابرة و الصبر ومساعدة الآخرين والأناقة والنظام والقوة و المجازفة والذكاء في التعامل مع مختلف الوضعيات إضافة إلى التلوث و العنف وعدم الرحمة عند القضاء على الوحوش و عدم التردد في ذلك.

بالمقابل تتجسد في الوحوش قيم سلبية هي التلوث و العنف وعدم الرحمة والفوضى.

(5). تحليل لعبة "جيمس بوند 007" –"James Bond 007 : Quitte ou double " :

تصنف اللعبة ضمن ألعاب الحركة عموما وألعاب المغامرات تحديدا، تم إنتاجها في عام 2004 (7)، وهي تمارس بشكل فردي وموجهة إلى جمهور لا يقل سنه عن 16 عاما. هذه اللعبة مستوحاة من القصة السينمائية المتعددة الأجزاء عن العميل السري في المخابرات البريطانية جيمس بوند صاحب القدرات الخارقة.

وتجمع اللعبة بين خصائص ألعاب الرمي وألعاب المحاكاة الواقعية أيضا، والسيناريو الذي تحويه هو عن مهمة موكلة للعميل السري جيمس بوند، وتجري المهمة في مصر والبيرو و الولايات المتحدة الأمريكية وموسكو.

ويحمل جيمس بوند هنا ملامح الممثل **بيرس بروسنان** الذي مثل هذه الشخصية في فيلم سينمائي. ويعمل بوند على إحباط مخططات العميل السابق في الاستخبارات السوفياتية (كا جي بي KGB) نيكولاي ديافولو للسيطرة على روسيا ثم أوروبا و المستاء من اتجاه بلاده نحو التقرب من الغرب. ويستعمل هذا العميل في ذلك أعدادا من الإنسان الآلي.

وفي القصة توجد شخصية الدكتورة سيرينا سانت جيرمان وهي عالمة أمريكية ذكية وشديدة الجمال وستساعد بوند في حربه ضد ديافولو. لكن في نفس الوقت هناك عالمة أخرى (نادانوفا) والجميلة جدا بدورها والتي ستنظم إلى ديافولو وتساعده لمواجهة جيمس بوند. كما تظهر في القصة عميلة أخرى وهي تابعة لوكالة الأمن القومي الأمريكي (ميا ستارلينغ) تتحرى سريا عن ديافولو وتنتحل لأجل ذلك دور مغنية في ملهى ليلي.

وتجري القصة على غرار القصص السينمائية لجيمس بوند أين تختلط المغامرات بالجنس و بالقدرات الخارقة للعميل واستخدامه للتكنولوجيات العالية التي تعبر عن عوالم التجسس والاستخبارات.

تضم اللعبة 34 مستوى، بحيث يتم الانتقال آليا إلى المستوى الأعلى بمجرد تجاوز المستوى السابق.

مما سبق يتضح أن هذه اللعبة تتضمن الكثير من العنف و الجنس الذي يتجسد من خلال قدرة بوند على التودد للنساء اللواتي يظهرن كلهن جميلات وبملابس فتانة. وتتضمن اللعبة بذلك الكثير من القيم التي تعد إيجابية ظاهريا من مثل الحذر مساعدة الغير والأناقة و القوة والمجازفة والذكاء و التكيف مع مختلف الوضعيات التي تصادف البطل لكنها كلها في سياق خيالي يتوازى مع قيم سلبية كثيرة من مثل العنف (الضروري) لمواجهة الشرير وأعوانه وكذا عدم الرحمة، والجنس. ويظهر الشرير هنا وهو حامل لقيم القوة والعنف وعدم الرحمة والخداع و الكذب والتلوث و الرغبة في إحداث الفوضى والسيطرة على الغير والتدمير.

(6). تحليل لعبة "دراغون بول زاد تينكايشي" "Dragon Ball Z Budokai Tenkaichi":

تصنف هذه اللعبة ضمن ألعاب الحركة عموما وألعاب المغامرات تحديدا وقد أنتجت في عام 2006 **(8)** وجمهورها عام، وهي لعبة مستوحاة من الرسوم المتحركة والأفلام السينمائية دراغون بول زاد، ويمكن أن تمارس بشكل فردي أو ثنائي.

سيناريو هذه اللعبة هو نفسه سيناريو الرسوم المتحركة والأفلام السينمائية، إذ تتحدث عن البطل الذي يجول في العوالم المختلفة بحثا عن كرات البوكي وهو يتمتع بقدرات قتالية خارقة ويواجه شخصيات مختلفة من "السايانس" وهم شخصيات تملك قدرات خارقة أيضا.

وتتعدد الشخصيات هنا حيث نجد الأطفال و المراهقين و القردة العملاقة والوحوش ... إلخ.

وتضم اللعبة 16 محيطا للقتال التدميري بعضها يمكن أن يحطم كلية ليترك المجال إلى محيط مهجور.

كما يتضح مما سبق فإن هذه اللعبة مستوحاة من نفس قصة الرسوم المتحركة التي لاقت نجاحا كبيرا عند الأطفال، حيث يجتمع خيال العوالم بواقعية القتال حتى وإن تم استخدام الرسوم المتحركة. وتتجسد في شخصية البطل وحلفائه قيم التضحية والحذر والمثابرة و الصبر على الشدائد ومساعدة الغير و الأناقة التي يمثلها مظهر البطل، وكذا القوة والعنف الضروريان لمواجهة الأشرار. كما تحوي اللعبة قيم التعاون الحاصل بين الشخصيات الخيرة و العدل والسرعة. وتتجسد القيم نفسها تقريبا في الأشرار، باستثناء مساعدة الغير و العدل.

(7). تحليل لعبة "برينس أوف بيرسيا (أمير الفرس) – المملكتان" –
:"Prince of persia – Les deux Royaumes"

تصنّف لعبة "برينس أوف بيرسيا (أمير الفرس) - المملكتان" –
" Prince of persia – Les deux royaumes"، التي صدرت عام 2006**(9)**، ضمن ألعاب الحركة عموما، و ألعاب المغامرات تحديدا وتمارس بشكل منفرد. وتحمل اللعبة قدرا من الألغاز لكن صعوباتها لا ترقى إلى الحد الذي يجعلها تصنف ضمن ألعاب المغامرات والتفكير. وهي موجهة إلى جمهور لا يقل سنه عن ال16 عاما.

ظهرت أول لعبة من سلسلة "برينس أوف بيرسيا" في عام 1989، وهي ثنائية الأبعاد طورها كلية شخص واحد هو جوردان ميشنير واستغرق ذلك أربع سنوات، لتترجم إلى ست لغات وتمارس على أكثر من 20 جهازا وبيعت منها 2 مليون نسخة عبر العالم**(10)**. وبقيت اللعبة مشهورة بسبب نوعية صورها مقارنة بألعاب تلك الفترة. ولضمان أن تكون الحركات صحيحة، درس ميشنير لساعات أفلاما قام فيها أخوه بالجري والقفز وهو يرتدي لباسا أبيض. وتعد المعارك متميزة جدا حيث يتواجه الأعداء بالسيف، وهي أول لعبة تتضمن مشاهد سينمائية و لقطات يتحول فيها اللاعب إلى متفرج ولا يصبح لديه تحكم في الشخصية.

يتحكم اللاعب وبدقة بالشخصية التي تظهر من الجانب، والتي بوسعها المشي والجري والانخفاض و القفز والتشبث والمحاربة بالسيف. والهدف يتمثل في إنهاء كل المستويات في الزمن المحدد بساعة واحدة.

هذه المستويات تزداد صعوباتها تدريجيا وتحتوي على أفخاخ ومطبات و أرضيات تنسحب من تحت أرجل البطل ورماح تخرج من الأرض عند الاقتراب منها ... إلخ. وتوجد محطات في عدة أمكنة يقوم فيها اللاعب بتزويد بطله بالطاقة فيها وجعلها في أقصى حالاتها. ويوجد العديد من الحراس الذين يعترضون طريق البطل ويهاجمونه.

كل هذه الصعوبات التي يتجاوزها البطل هي بهدف إنقاذ أميرة مأسورة عند الوحوش في قصر فارسي (الزخرفة). والقصة مستوحاة من قصص ألف ليلة وليلة.

النجاح الكبير الذي حققته اللعبة، دفع بمؤسسة والت ديزني في الشروع في تحويله إلى فيلم سينمائي ويتوقع أن تنتهي من إنتاجه في 16 جوان 2009**(11)**.

كما يتضح مما سبق، تتجسد الكثير من القيم في اللعبة. فجوهر القصة هي عن فارس وسيم جميل وأنيق يسعى إلى تحرير أميرة مأسورة في قصر فارسي بديكور شبه واقعي وأصوات طبيعية. ولتحقيق هدفه يتحلى بالشجاعة والمثابرة والذكاء في تجاوز مختلف الصعوبات التي تواجهه والفخاخ، ويتكيف مع مختلف الوضعيات التي يواجهها، ويبدي إصرارا على تحقيق مسعاه (مساعدة الأميرة) حتى وإن اقتضى الأمر التضحية بنفسه. كما يتمتع البطل بالقوة والسرعة وعدم التردد في مقاتلة مختلف الحراس والوحوش التي يلقاها.

(8). تحليل لعبة "عودة سوبرمان - "Superman returns":

تعد لعبة **"عودة سوبرمان - "Superman returns"** من ألعاب الحركة عموما وألعاب المغامرات تحديدا وهي مستوحاة من الشخصية السينمائية و شخصية الرسوم المتحركة سوبرمان. واللعبة التي صدرت في عام 2006 **(12)** موجهة إلى جمهور لا يقل سنه عن 12 عاما.

ولأن اللعبة مستوحاة من الشخصية الخارقة سوبرمان فإن القصة هي نفسها تقريبا الواردة في الفيلم السينمائي، أي أن اللاعب يسعى إلى توجيه سوبرمان إلى القيام بجملة من المهام من إنقاذ الأرواح إلى التصدي لمخططات الأشرار، فتتدرج الصعوبة من مهمة إلى أخرى. ولتنفيذ المهمات، يمتلك سوبرمان الكثير من القدرات الخارقة وأبرزها في اللعبة استخدامه للنار و الريح والجليد وسرعته في التنقل والطيران. ولأن لباسه باللونين الأزرق والأحمر (اللونان الرئيسيان للعلم الأمريكي) فهو يحمل إيحاءات عن أن الأمريكي هو من يحمل مواصفات البطولة هاته.

وتجري القصة، على غرار ما هو في الفيلم، في مدينة ميتروبوليس، وبديكور قاتم نوعا ما يدعو إلى الكآبة، بعيد نوعا ما عن الواقعية الموجودة في غالبية ألعاب الفيديو.

والأشرار في اللعبة عبارة عن وحوش يمتلكون بدورهم قدرات خارقة، ونواياهم سيئة تتمثل في السيطرة والقتل والتدمير والاختطاف، وإحداث الفوضى وتلويث البيئة.

مما سبق تتضح جملة من القيم، تظهر خصوصا في طيبة الرجل الخارق سوبرمان الذي يسعى بقدراته (الخيالية) وبأناقته وشكله الجسماني الجذاب إلى مواجهة الأشرار بكل قوة وإصرار، ويتكيف مع مختلف الوضعيات من أجل مساعدة الغير.

(9). تحليل لعبة "باتمان الثأر – "Batman vengeances":

تصنف لعبة **"**باتمان الثأر – "Batman vengeances" ضمن ألعاب الحركة عموما وألعاب المغامرات تحديدا، وصدرت في نوفمبر 2001**(13)**، وهي تمارس بشكل فردي.

و اللعبة مستوحاة من قصص شخصية الرسوم المتحركة والسينما باتمان (الرجل الوطواط) الذي يسعى إلى أهداف نبيلة على غرار سوبرمان، وفي سبيل ذلك يواجه أشرارا هم نفسهم الذين يتكررون في الأفلام السينمائية والرسوم المتحركة، أنصاف بشر وأنصاف وحوش، يتمتعون بالمكر والدهاء وبالقدرات الخارقة أيضا، ويعملون على السيطرة وإحلال الفوضى.

في هذه اللعبة، قام الشرير "جوكير" باختطاف طفل صغير، وهنا يتدخل باتمان، لكن سرعان ما يكتشف هذا الأخير بأن العملية عبارة عن مؤامرة سيدفع فيها إلى مواجهة العديد من الأشرار من مختلف الأحجام وذوي قدرات خارقة. ويساعد باتمان في كل أطوار اللعبة الممتدة على 19 مستوى، "باتغايرل" (الفتاة الوطواطة). كل الأحداث تجري في المدينة المعروفة بها الشخصية (غوتام) وبصور قريبة من الواقعية وأصوات شبه حقيقية ومؤثرات صوتية.

تظهر من خلال اللعبة العديد من القيم التي تتجسد في البطل أو في أعدائه. فالشخصية خيالية ملتصقة بطائر الوطواط المعروف بأنه لا يظهر سوى في الليل وفي الأماكن الدامسة الظلام والكهوف والسراديب، لكنه معروف بحسن النوايا والبنية الجسمانية الجميلة والرغبة في مساعدة الآخرين والتصدي للأشرار بمثابرة كبيرة وبشجاعة وهو في ذلك يتكيف مع مختلف الوضعيات الصعبة التي تواجهه ويستخدم قدراته الخيالية من القفز والطيران و استخدام مختلف الأسلحة. كل هذا لمواجهة رغبة الأشرار في السيطرة والتدمير وإحداث الفوضى والتلويث.

(10). تحليل لعبة "مغامرات جاكي شان – "Jackie Chan Adventures":

تعد لعبة جاكي شان أدفونتور التي صدرت في عام 2000**(14)**، من ألعاب الحركة عموما وألعاب المغامرات تحديدا. وهي تمارس بشكل فردي.

وشخصية جاكي شان معروفة في عالم السينما وتحديدا في أفلام المغامرات وهي تتسم باستخدام الفنون القتالية لكن في قالب فكاهي على العموم.

وعلى جاكي شان هنا على غرار ما هو حاصل في أفلامه السينمائية وفي الرسوم المتحركة التي جسدته، مواجهة الأشرار وفك الألغاز. لكنه يصطدم دوما بمشاكل وعوائق وصعوبات تقف في وجه طريقه، وعليه أن يواجهها بسرعة ليمر إلى مستوى أعلى أين تزداد الصعوبات.

وتتجسد في جاكي شان قيم الشجاعة و المثابرة والإصرار والقوة والمهارة في الفنون القتالية، والنوايا الحسنة التي يسعى إلى تحقيقها والذكاء الشديد في التعامل مع الصعوبات والتكيف مع مختلف الوضعيات، وهو لا يخشى الأشرار رغم قدراتهم الخارقة. كما تتمتع الشخصية بقدر من خفة الظل.

(11). تحليل لعبة "درايفر2" (السائق) – " Driver2" :

تصنف لعبة "درايفر2" (السائق2) ضمن ألعاب الحركة عموما وألعاب المغامرات تحديدا، وهي لعبة ثلاثية الأبعاد ظهرت في عام 2000**(15)**، وتمارس بشكل فردي أو ثنائي.

وقد كانت لعبة "درايفر" أولى الألعاب الموجهة إلى الجمهور العريض والتي تحمل صورا ثلاثية الأبعاد، وتجمع ما بين مشاهد على الأقدام وعلى السيارات وهو ما اعتبر ثورة في عالم ألعاب الفيديو عند صدورها.

تروي اللعبة قصة شرطي مدسوس في عالم الإجرام مهمته محاربة المافيا البرازيلية التي تعمل انطلاقا من ريو دي جانيرو لكنها نقلت نشاطاتها إلى أمريكا الشمالية. ويجد الشرطي نفسه في وضعيات صعبة تستدعي منه تعقب مجرمين وملاحقة شهود وسرقة سيارات و البحث عن أدلة و وضع شراك لأعضاء العصابات. وكل نشاط يقوم به بناء على تعليمات اللعبة تعدل مسار القصة وتسمح بإحداث التوازن.

وتجري القصة في مدن واقعية هي هافانا (كوبا) وشيكاغو و لاس فيغاس (الولايات المتحدة الأمريكية) و ريو دي جانيرو (البرازيل) وبموسيقى مصاحبة أسهمت كثيرا في نجاح اللعبة.

واللعبة شبيهة إلى حد بعيد بلعبة "جي.تي.أ" التي سبق الحديث عنها مع اختلاف جوهري في أن البطل هنا شرطي وليس مجرما، وإن كان يضطر إلى القيام بأعمال المجرمين من أجل خداع أعضاء العصابات.

كما يتضح من خلال قصة اللعبة فإن البطل يجسد شخصية شرطي مندس في عصابة مجرمين وهو بذلك يمارس أو يعايش من يمارسون مختلف الجرائم.

وتتجسد في اللعبة قيم الحذر (من الأعداء) و المثابرة (للحيلولة دون وصول العصابة إلى أهدافها) و الصبر (من خلال عدم التسرع في الوصول إلى الأهداف المسطرة) و الأناقة (التي تتجسد في البطل ومظهره وملبسه وفي سياقته للسيارات، وكذا القوة والعنف (المستخدمين ضد مختلف أعضاء العصابات) و المجازفة و الذكاء والتكيف (مع مختلف الوضعيات الجديدة) و الانتقام (من الأعمال التي يمكن أن يتعرض لها البطل) و السرعة (في قيادة السيارات) و الفوضى والخداع.

(12). تحليل لعبة "باربي – مغامرة الفروسية – Barbie Horse adventures" :

تصنف لعبة "باربي – مغامرة الفروسية" ضمن ألعاب الحركة عموما وألعاب المغامرات تحديدا، وهي لعبة ثلاثية الأبعاد ظهرت في عام 2002 **(16)**، وتمارس بشكل فردي.

قصة اللعبة بسيطة، فهي تحكي عن الدمية الشهيرة باربي التي تتجه على ظهر جوادها نحو

الغابة، وهناك تنتظرها الكثير من المغامرات من أجل نيل شهادات كثيرة كما تجري مع زميلتها سباقات خيول. وتتباين مهام باربي بين إنقاذ حيوانات أو تخطي عقبات أو الفوز بسباقات. وفي كل مرة تنجح فيها في تخطي عقبة أو إنجاز مهمة تحصل على شهادة ترفع من مستواها في اللعبة.

يلاحظ على اللعبة أنها تجسد الكثير من القيم المرتبطة بالمجتمع الغربي فهي تستند على إظهار أناقة "باربي" التي تعد نموذج المرأة الغربية الأنيقة والجميلة والذكية والتي لا توقفها أي عقبات للوصول لتحقيق أهدافها. وعادة ما يتم الربط بين الخصائص الشكلية (الجمال والأناقة والزينة) وقدرات هذه المرأة. فبقدر ما تظهر سطحية من حيث الملمح بقدر ما يتم إبراز نواياها الطيبة من خلال سعيها لإنقاذ حيوانات أو نجاحها من خلال المثابرة والإصرار على تخطي التحديات مع قدرة كبيرة على التكيف مع مختلف الوضعيات.

(13). تحليل لعبة "سوبر ماريو – أسطورة النجوم السبعة – Super Mario Legend of the Seven" Stars " :

تصنف لعبة "سوبر ماريو – أسطورة النجوم السبعة" ضمن ألعاب الحركة عموما وألعاب المغامرة تحديدا، وظهرت عام 1996 **(17)** وهي تمارس بشكل فردي وموجهة إلى الجمهور العام.

على غرار كل ألعاب ماريو التي اشتهرت بها مؤسسة نينتاندو، فإن مبدأ اللعبة بسيط ويتمثل في قيادة الشخصية الأسطورية ماريو والذي يعد رجلا كهلا في الأربعينات من عمره من أجل إنقاذ الأميرة بيتش المأسورة في قصر بوسر.

ويواجه ماريو في طريقه جملة من التحديات الطبيعية بالأساس والخارقة فيواجهها، وبقدر ما ينجح في ذلك بقدر ما يقترب من تحقيق هدفه.

في مثل هذه الألعاب التي لا يكون التركيز فيها كثيرا على الشخصية وإنما على التحديات التي تواجهه، يتوجب على اللاعب استخدام سرعته في الأداء مع البقاء مركزا على المفاجآت التي تطرأ باستمرار.

تتجسد في هذه اللعبة العديد من القيم من مثل القوة والمهارة والسرعة التي تظهر على الشخصية بناء على ممارسة اللاعب نفسه، إضافة إلى الرغبة في مساعدة الغير والتضحية من خلال محاولة إنقاذ الأميرة ولا يهم في ذلك أن تحدث المجازفة والمخاطرة وملاقاة أسوأ التحديات والأعداء.

(14)- تحليل لعبة "سبايدرمان 2 – Spiderman 2":

تعد لعبة "سبايدرمان 2 – Spiderman 2" من ألعاب الحركة عموما وألعاب المغامرات تحديدا وهي مستوحاة من الشخصية السينمائية و شخصية الرسوم المتحركة سباديرمان (الرجل العنكبوت). واللعبة التي صدرت في عام 2004 **(18)** موجهة إلى جمهور لا يقل سنه عن 12 عاما.

ولأن اللعبة مستوحاة من الشخصية الخارقة سبايدرمان فإن القصة هي نفسها تقريبا الواردة في الفيلم السينمائي، أي أن اللاعب يسعى إلى توجيه سبادرمان إلى القيام بجملة من المهام من إنقاذ الأرواح إلى التصدي لمخططات الأشرار، فتتدرج الصعوبة من مهمة إلى أخرى. ولتنفيذ المهمات، يمتلك سبايدرمان الكثير من القدرات الخارقة وأبرزها في اللعبة قدرته على القفز من مبنى لآخر وتوجيه شبكته لأسر الأشرار أو رفع الأشياء.

ولأن لباسه باللونين الأزرق والأحمر على غرار سوبرمان (اللونان الرئيسيان للعلم الأمريكي) فهو يحمل إيحاءات عن أن الأمريكي هو من يحمل مواصفات البطولة هاته.

وتجري القصة، على غرار ما هو في الفيلم، في مدينة مانهاتن، وبديكور حيوي وألوان زاهية.

والأشرار في اللعبة عبارة عن إرهابيين أو مجرمين كبار بدورهم لديهم قدرات خارقة، ونواياهم سيئة تتمثل في السيطرة والقتل والتدمير.

مما سبق تتضح جملة من القيم، تظهر خصوصا في طيبة الرجل العنكبوت الذي يسعى بقدراته (الخيالية) وبأناقته وشكله الجسماني الجذاب إلى مواجهة الأشرار بكل قوة وإصرار، ويتكيف مع مختلف الوضعيات من أجل مساعدة الغير.

(15). تحليل لعبة "تيكين3 – "Tekken 3" :

تصنف لعبة "تيكين3 – "Tekken 3" ضمن ألعاب الحركة عموما و ألعاب القتال تحديدا، وهي ثلاثية الأبعاد وتمارس بشكل فردي أو ثنائي وصدرت في عام 1997 على أجهزة قاعات اللعب ثم في عام 1998 **(19)**على عارضات التحكم.

واللعبة تتمة للحلقتين الأوليين من تيكين، وتتيح للشخصيات حركات شديدة الواقعية.

مع أن اللعبة تندرج ضمن ألعاب القتال، إلا أنها تتضمن قصة لا تشكل نواة اللعبة، ولكن توصل اللاعب إلى الهدف الرئيسي منها وهو المشاركة في دورة قتالية.

والقصة هي عن فرقة مسلحة بالغة التدريب تسمى "تيكين فورسز" يفترض بها أن، تجوب العالم لتوقف الحروب وتكافح المجاعة، فكانت النتيجة إيجابية حيث توقفت معظم الحروب وانتهت معظم المجاعات. لكن اختفت مجموعة من "تيكين فورسز" في يوم ما بشكل غريب في معبد مكسيكي قديم. ويؤكد شاهد عيان بأن الأمر يتعلق بمخلوق غريب أخضر بعيون لماعة حطم "تيكين فورسز". هذا

المخلوق يعتقد حسب أنه إله مكسيكي أسطوري "توشين"، إله القتال وكان يسمى ب"أوغر". هذا المخلوق يتغذى بأرواح قوية ويجوب العالم لإيجادها (الأرواح القوية). ومن ثم قام بمجازر وقتل الكثيرين.

بعد مرور 15 سنة عن مقتل فرقة "تيكين فورسز" تظهر شخصية تتعلم فن الكاراتي على طريقة معينة فيقوم بإطلاق دورة قتالية. وهذه الدورة هي أساس اللعبة حيث يتم تنظيم قتالية ثنائية وعلى اللاعب هنا أن يتوصل من خلال الشخصية التي يختارها أن يتفوق على بقية المتنافسين ويمر عبر عدة مراحل قبل الفوز بالنهائي.

وتبرز من خلال اللعبة الكثير من القيم تتجسد في مختلف الشخصيات التي يعد بعضها من البشر أو من الحيوانات أو من المخلوقات الغريبة. فالشخصية المختارة تتميز بقيم حركية هي الخفة والسرعة والمهارة في أداء الحركات لكنها تتسم أيضا بالعنف والقوة والخداع لمواجهة الخصم وأيضا تتجسد قيمة الانتقام من خلال قدرة كل لاعب على الانتقام من خسارة شخصيته في جولة ثأرية. واللعبة تتسم بالكثير من العنف والمشاهد القتالية التي لا تسامح فيها.

و لأن خصوصية اللعبة تجعل البطل غير محدد مسبقا من طرف مصمم اللعبة، فإن الشخصية التي يختارها البطل قد تكون إنسانا أو حيوانا أو مخلوقا غريبا وبالتالي تستخدم خصائصها في القتال.

وتتيح اللعبة حركات قتالية شديدة الواقعية وأصوات طبيعية شبيهة بتلك التي توجد في أفلام الحركة والفنون القتالية. والمهارة مشروطة لدى اللاعب لأنه ملزم بالتفاعل بسرعة وبمهارة مع الحركات التي يواجهه بها المنافس.

(16). تحليل لعبة "ستريت فايتر (شارع المقتلين) أو إيكس+" "Street Fighter EX+":

تعد لعبة "ستريت فايتر (شارع المقتلين) أو إيكس+" التي صدرت في عام 1997**(20)**، واحدة من سلسلة "ستريت فايتر" التي هي أقدم سلسلة لألعاب الفيديو. و تصف اللعبة ضمن ألعاب الحركة عموما وألعاب القتال تحديدا وهي تمارس بشكل فردي أو ثنائي وهي ممنوعة عن الذين تقل أعمارهم عن 12 عاما.

واللعبة حققت نجاحا باهرا منذ صدور طبعتها الأولى المستوحاة من فيلم سينمائي يحمل عنوان "ستريت فايتر" أنتج في عام 1959. وقد تم إنتاج أفلام سينمائية بعدها تحمل هذا الاسم بعضها استوحي من سلسلة ألعاب الفيديو والبعض الآخر هو من استوحيت منه أفكار لعبة الفيديو، واحتوت بعض هذه الألعاب مشاهد من الفيلم السينمائي الذي أنتج في عام 1994 ومن بطولة نجم الفنون القتالية "جان كلود فاندام"**(21)**. وهناك سلسلة أفلام سينمائية يابانية عن الفنون القتالية تحمل اسم "ستريت فايتر".

ويسجل أن غالبية ألعاب "ستريت فايتر" اشتهرت في عارضات التحكم الخاصة بقاعات اللاعب وليس في عارضات التحكم الفردية والثنائية.

وتتفرد لعبة "ستريت فايتر (شارع المقتلين) أو إيكس+" مثل كل طبعات "أو إيكس" بأنها ألعاب بصور ثلاثية الأبعاد وليس بالرسوم المتحركة مثل الطبعات السابقة.

ومبدئيا لا تظهر من خلال اللعبة قصة معينة وإنما مجرد قتال في الشوارع بالدرجة الأولى، كما يدل عليها اسمها (ستريت بالإنجليزية تعني الشارع).

وتتيح اللعبة للاعب اختيار واحدا من الشخصيات الكثيرة المعروضة عليه ويمارس قتال شوارع بها مع الشخصية التي اختارها اللاعب المنافس.

ويملك اللاعب خيارات عديدة بخصوص المقاتلين، إذ يمكنه اختيار رجل أو امرأة، وكل واحدة من الشخصيات تملك خصائص قتالية معينة.

وعلى العموم، يلاحظ أن كل الشخصيات تملك بنيات جسمانية ضخمة، وأناقة في المظهر والملبس وواقعية شديدة في الحركات، تصاحبها أصوات واقعية وهي تلك التي يتلفظ بها المختصون في الفنون القتالية.

وتتجسد في اللعبة قيم القوة والعنف والسرعة والأناقة في الأداء و الانتقام من خلال الجولات الثأرية، إضافة إلى المهارة و التكيف مع الوضعيات القتالية المختلفة.

(17). تحليل لعبة "نيد فور سبيد – بورسويت أنفيرنال" – " Need for speed – Poursuite infernale" :

تصنف لعبة "نيد فور سبيد – بورسويت أنفيرنال" (الحاجة إلى السرعة – المطاردة الجهنمية) ضمن ألعاب المحاكاة عموما وضمن ألعاب المحاكاة الواقعية تحديدا. صدرت في عام 2001**(22)**، وهي واحدة من سلسلة من عدة طبعات للعبة "نيد فور سبيد"، وتمارس بشكل فردي أو جماعي.

وقد عملت الشركة المنتجة للعبة "إلكترونيك أرتس" بالتعاون مع المجلة الأمريكية الشهيرة للسيارات (رود أند تراك Road and Track) من أجل جعل حركة وصوت محركات السيارات شديدة الواقعية.

وتتيح اللعبة إمكانية قيادة ست سيارات فاخرة على ستة مسالك مختلفة.

ومبدأ اللعبة سهل يقوم على قيادة السيارة والتفوق على الآخرين في السباقات التي تقام على مختلف المسالك.

ومن خلال اللعبة تظهر العديد من القيم التي تتجسد في مختلف الفاعلين داخل اللعبة أو في مستخدميها من الممارسين. ومن بينها نجد قيم الحذر (من المنافسين) و المثابرة (من أجل التفوق) و الأناقة التي تتجسد في إظهار مشاهد جميلة للسيارات في مختلف حركاتها ومن زوايا مختارة بدقة، وكذا الذكاء (في عمليات التجاوز) وأيضا التكيف (مع مختلف وضعيات السباق) وبالأخص السرعة في الأداء.

كما تتجسد قيم الخداع والعنف (في تجنب أو صدم السيارات).

(18). تحليل لعبة "كرايزي تاكسي 3" – "Crazy Taxi 3" :

تصنف لعبة "كرايزي (مجنون) تاكسي 3" ضمن ألعاب المحاكاة الواقعية، صدرت عام 2003**(23)**، وهي مستوحاة من سلسلة الأفلام السينمائية الفرنسية "تاكسي"، وتمارس بشكل فردي، وموجهة إلى الجمهور العام.

وعلى غرار شخصية الأفلام السينمائية، يجسد البطل شخصية سائق سيارة أجرة. والهدف الرئيسي هو إيصال الزبون في أسرع وقت ممكن إلى وجهته من أجل الفوز بالمال والوقت ومواصلة اللعب لأطول مدة. ومن أجل ذلك يتوجب المرور عبر الطرقات الضيقة و تجاوز اكتظاظ الطرقات والقيام بقفزات خطيرة حتى تكون مكافأة الزبون كبيرة.

وتقترح اللعبة نظامين للعب متباينين. النظام الكلاسيكي الذي يتقمص فيه اللاعب دور سائق سيارة الأجرة مجنون وتقترح سلسلة ألعاب وراء مقود سيارة أجرة. والنظام الثاني يجري على مستوى ثلاثة مدن وهنا يملك اللاعب أربع إمكانات: - القيادة بقواعد النظام الكلاسيكي حيث يتلقى اللاعب منحة وقت عن كل زبون يوصله إلى وجهته وتنتهي الدورة بمجرد انقضاء الزمن. - القيادة لمدة ثلاث دقائق بدون منحة وقت. القيادة لمدة خمس دقائق بدون منحة وقت. – القيادة لمدة عشر دقائق بدون منحة وقت.

وعند نهاية اللعبة يتحصل اللاعب على علامة بناء على نتائجه وما جمعه.

وتتجسد في اللعبة قيم من مثل الحذر والمثابرة والقوة والمجازفة و التكيف مع مختلف الوضعيات و خصوصا السرعة، لكن كل ذلك في إطار قيادة متهورة و فوضى تحدثها تلك القيادة.

(19). تحليل لعبة "موتو كينغ" – "Moto king":

تصنف لعبة "موتو كينغ" (ملك الدراجة النارية) ضمن ألعاب المحاكاة عموما، والمحاكاة الرياضية تحديدا (محاكاة سباق الدراجات). صدرت في عام 2005**(24)**، وهي موجهة لجمهور عام (غير محدد السن)، وتمارس بشكل فردي أو جماعي.

ولا تختلف اللعبة كثيرا عن ألعاب المحاكاة الواقعية الخاصة بسباقات السيارات. إلا أن سباقات الدراجات هذه تجري على خمس مسالك مختلفة كلها حضرية. ويتوجب على اللاعب التفوق على منافسيه من أجل الحصول على المال الذي يستخدمه في إضافة خصائص جمالية وميكانيكية لدراجته.

ومن خلال اللعبة تظهر العديد من القيم التي تتجسد في مختلف الفاعلين داخل اللعبة أو في مستخدميها من الممارسين. ومن بينها نجد قيم الحذر (من المنافسين) و المثابرة (من أجل التفوق) و الأناقة التي تتجسد في إظهار مشاهد جميلة للدراجات في مختلف حركاتها ومن زوايا مختارة بدقة، وكذا الذكاء (في عمليات التجاوز) وأيضا التكيف (مع مختلف وضعيات السباق) وبالأخص السرعة في الأداء. كما تتجسد قيمة المجازفة أيضا من خلال القيام بحركات صعبة للغاية قد تكلف الخسارة، ولكنها إن نجحت تتيح تحقيق الفوز.

ويحس اللاعب بشد عصبي كبير لكونه مطالب بالتركيز جيدا لقيادة الدراجة كما ينبغي تفادي حدوث اصطدام أو الخروج عن الطريق أو السماح للمنافس بالتجاوز. وتسمح اللعبة بانغماس كبير في السيناريو المقدم، إلى الدرجة التي يحس فيها الممارس بأنه حقا يقود الدراجة، خصوصا وأن الصور الثلاثية الأبعاد و المؤثرات الصوتية المصاحبة شديدة الواقعية (أصوات محركات الدرجات).

(20). تحليل لعبة "غران توريسمو" (السياحة الكبيرة) "Gran Tourismo 4":

تعد لعبة "غران توريسمو" (السياحة الكبرى)، من ألعاب المحاكاة عموما و المحاكاة الواقعية تحديدا (قيادة السيارات). صدرت في عام 2003**(25)**، وهي تمارس بشكل فردي وموجهة إلى الجمهور العام.

وبحسب مصممها (كازونوري ياموشي)، فإن اللعبة صممت "كمدرسة لتحسين القيادة"، حيث تتضمن دروسا تطبيقية واختبارات تغطي كل الجوانب المرتبطة بالقيادة، من المبادئ البسيطة إلى التقنيات الدقيقة جدا. والتحديات المختلفة التي تتيحها اللعبة مأخوذة من اختبارات القيادة الحقيقية.

ويمكن للاعب اختيار سيارة من بين 64 سيارة، ليقودها في أحد خمس مسالك مقترحة كلها موجودة في اليابان (ثلاث مسالك) والولايات المتحدة الأمريكية (مسلكان). كما تتيح اللعبة إمكانية القيام بسباق ضد الساعة.

وتتضمن علبة اللعبة، قرصا مضغوطا يحتوي شريطا من 30 دقيقة يسمى (درس القيادة) يقحم اللاعب ضمن خصوصية القيادة الرياضية المتمركزة بالخصوص في التعرجات. كما يتضمن الشريط أيضا ملخصا عن التجارب التي قام بها أعضاء فرقة تصميم اللعبة في مسالك حقيقية لمحاكاتها بدقة.

وحققت اللعبة عند إصدارها نجاحا كبيرا في كل أنحاء العالم، مع أنها بيعت أغلى بكثير من الألعاب الكلاسيكية في قيادة السيارات.

ومن خلال اللعبة تظهر العديد من القيم التي تتجسد في اللاعب، من بينها نجد قيم الحذر (من المسالك الوعرة) و المثابرة (للوصول إلى الهدف) و الأناقة التي تتجسد في إظهار مشاهد جميلة للسيارات (وعددها 64 هنا) في مختلف حركاتها ومن زوايا مختارة بدقة، وكذا الذكاء (في عمليات التجاوز) وأيضا التكيف (مع مختلف وضعيات القيادة) وبالأخص السرعة في الأداء.

ويحس اللاعب، هنا أيضا بشد عصبي كبير لكونه مطالب بالتركيز جيدا لقيادة السيارة كما ينبغي تفادي حدوث اصطدام أو الخروج عن الطريق. وتسمح اللعبة بانغماس كبير في السيناريو المقدم، إلى الدرجة التي يحس فيها الممارس بأنه حقا يقود السيارة، خصوصا وأن الصور الثلاثية الأبعاد و المؤثرات الصوتية المصاحبة شديدة الواقعية (أصوات المحركات).

(21). تحليل لعبة "بي أو أس" – "PES":

تعد لعبة "برو إيفولوشيون سوكر- بي أو أس" (كرة القدم الاحترافية) من ألعاب المحاكاة عموما، وألعاب المحاكاة الرياضية تحديدا (كرة القدم)، صدرت طبعتها الرابعة في 2004 و السادسة في عام 2006**(26)**، وهي تمارس بشكل فردي أو ثنائي أو جماعي.

واللعبة تنتمي إلى سلسلة ألعاب "برو إيفولوشيون سوكر" المستوحاة من الطبعة اليابانية "واينينغ إيليفن".

وتتيح اللعبة اختيار البطولة التي يرغب فيها اللاعب والقيام بكل العمليات الموجودة في عالم كرة القدم من شراء اللاعبين والمدربين وانتقاء ألوان القمصان واختيار الملاعب، والتعاقد مع الممولين (سبونسور).

وتسمح اللعبة بمحاكاة شديدة الواقعية، إذ يمكن سماع أصوات الجمهور وتفاعلهم مع كل لقطة من اللقطات إضافة إلى تعليق باللغة الفرنسية ولمعلقين مشهورين في القنوات التلفزيونية الفرنسية (في الطبعة الفرنسية من اللعبة).

وبوسع اللاعب أثناء المباراة التحكم في حركات واقعية للاعبين حقيقيين في الواقع ويشبهونهم تماما، وتقليد مراوغاتهم وتمريراتهم وقذفاتهم وحركاتهم التي يعبرون بها عن فرحتهم عند تسجيل الأهداف.

وتتيح اللعبة تسيير بطولة من عدة جولات يتحدد فيها البطل وفق نفس النظام المعمول به في البطولات الواقعية، حيث يتم احتساب ثلاث نقاط عند الفوز ونقطة واحدة عند التعادل ولا نقطة عند الخسارة، ليتم تجميع النقاط بعد كل مباراة.

ويسجل إدخال خصائص جديدة في كل طبعة، معظمها تقني بالدرجة الأولى.

وتظهر من خلال اللعبة قيم مرتبطة بمباريات كرة القدم، وهي الحذر (من اللاعبين المنافسين) و التضحية (من أجل الفريق) والمثابرة (لتحقيق الفوز)، ومساعدة الغير (بمساعدة اللاعبين لبعضهم البعض) و الأناقة (المرتبطة بحركات اللاعبين وخصوصا مظهرهم الشديد الواقعية المجسدة بصور ثلاثية الأبعاد)، وكذا النظام (في اللعب) و المهارة (في الأداء) و التخطيط (باختيار أساليب اللعب التي تتيحها اللعبة) والذكاء والتكيف (في التعامل مع مختلف وضعيات اللعب المستجدة)، إضافة إلى العنف البسيط (الذي يتجسد في المخالفات التي يرتكبها اللاعبون).

(22). تحليل لعبة "فيفا 2006" – "Fifa 2006":

تصنف لعبة "فيفا 2006" (الاتحادية الدولية لكرة القدم 2006) ضمن ألعاب المحاكاة عموما، وألعاب المحاكاة الرياضية تحديدا (كرة القدم)، وصدرت في عام 2005 (27)، وهي تمارس بشكل فردي أو ثنائي أو جماعي.

وتنتمي اللعبة إلى سلسلة ألعاب "فيفا"، وتتفوق على سلسلة "بي أو أس" في أنها معتمدة من الفيفا وتملك خيارات واقعية أكبر. كما أنها تملك حقوق استخدام كل الأندية والمنتخبات واللاعبين المشهورين في العالم.

وتتيح اللعبة على غرار سابقتها، اختيار البطولة التي يرغب فيها اللاعب والقيام بكل العمليات الموجودة في عالم كرة القدم من شراء اللاعبين والمدربين وانتقاء ألوان القمصان واختيار الملاعب، والتعاقد مع الممولين (سبونسور).

وتسمح اللعبة أيضا بمحاكاة شديدة الواقعية، إذ يمكن سماع أصوات الجمهور وتفاعلهم مع كل لقطة من اللقطات إضافة إلى تعليق باللغة الفرنسية ولمعلقين مشهورين في القنوات التلفزيونية الفرنسية (في الطبعة الفرنسية من اللعبة).

وبوسع اللاعب أثناء المباراة التحكم في حركات واقعية للاعبين حقيقيين في الواقع ويشبهونهم تماما، وتقليد مراوغاتهم وتمريراتهم وقذفاتهم وحركاتهم التي يعبرون بها عن فرحتهم عند تسجيل الأهداف.

وتتيح "فيفا 2006" تسيير بطولة من عدة جولات يتحدد فيها البطل وفق نفس النظام المعمول به في البطولات الواقعية، حيث يتم احتساب ثلاث نقاط عند الفوز ونقطة واحدة عند التعادل ولا نقطة عند الخسارة، ليتم تجميع النقاط بعد كل مباراة.

وتظهر من خلال اللعبة نفس القيم الموجودة في اللعبة السابقة، أي قيم مرتبطة بمباريات كرة القدم، وهي الحذر (من اللاعبين المنافسين) و التضحية (من أجل الفريق) والمثابرة (لتحقيق الفوز)، ومساعدة الغير (بمساعدة اللاعبين لبعضهم البعض) و الأناقة (المرتبطة بحركات اللاعبين وخصوصا مظهرهم الشديد الواقعية المجسدة بصور ثلاثية الأبعاد)، وكذا النظام (في اللعب) و المهارة و التخطيط (باختيار أساليب اللعب التي تتيحها اللعبة) والذكاء والتكيف (في التعامل مع مختلف وضعيات اللعب المستجدة)، إضافة إلى العنف (الذي يتجسد في المخالفات التي يرتكبها اللاعبون).

(23). تحليل لعبة "أن بي أي لايف 2003" – " NBA Live2000":

تصنف لعبة "أن بي أي لايف 2003" (رابطة أمريكا الشمالية لكرة السلة) ضمن ألعاب المحاكاة عموما، وألعاب المحاكاة الرياضية تحديدا (كرة السلة)، وصدرت في عام 2002**(28)**، وهي تمارس بشكل فردي أو ثنائي أو جماعي.

واللعبة تتيح خيارات شبيهة لتلك الموجودة في ألعاب المحاكاة الرياضية الخاصة بكرة القدم، حيث يمكن القيام بكل العمليات المصاحبة للنشاط الرياضي المحض، من مثل المتاجرة باللاعبين، وإبرام عقود التمويل (سبونسورينغ) و تسيير بطولة (أن بي أي) بكافة تفاصيلها على مدار 25 جولة.

وتجمع النقاط بالطريقة نفسها التي تجمع بها في بطولة المحترفين لأمريكا الشمالية.

ويملك مصممو اللعبة حقوق استخدام تسميات كل أندية أن بي أي ولاعبيها، بما في ذلك أولئك الذين توقفوا عن اللاعب وبقوا كأسطورات في أعين محبي كرة السلة مثل مايكل جوردان.

وتظهر من خلال اللعبة نفس القيم الموجودة في الألعاب السابقة الخاصة بكرة القدم، وهي قيم مرتبطة بمباريات كرة السلة، وهي الحذر (من اللاعبين المنافسين) و التضحية (من أجل الفريق)

والمثابرة (لتحقيق الفوز)، ومساعدة الغير (بمساعدة اللاعبين لبعضهم البعض) و الأناقة (المرتبطة بحركات اللاعبين وخصوصا مظهرهم الشديد الواقعية المجسد بصور ثلاثية الأبعاد)، وكذا النظام (في اللعب) و المهارة (في الأداء) والتخطيط (باختيار أساليب اللعب التي تتيحها اللعبة) والذكاء والتكيف (في التعامل مع مختلف وضعيات اللعب المستجدة)، إضافة إلى العنف البسيط (الذي يتجسد في المخالفات التي يرتكبها اللاعبون).

(24). تحليل لعبة "سوليتار – Solitaire":

تصنف لعبة سوليتر ضمن الألعاب التقليدية، وهي لعبة ورق مصممة ضمن برنامج ويندوز لميكروسوفت.

تقوم هذه اللعبة على ضرورة ترتيب أربع مجموعات ورقية من الورقة الرئيسية (AS) إلى غاية ورقة الملك، علما أنها مبعثرة ومختبئة ضمن بنك الأوراق الموجود على يسار الشاشة. ويتوجب على اللاعب أن يقوم بذلك بشكل سريع لوجود عداد سرعة يسجل الزمن الذي تحقق فيها الهدف.

يتضح مما سبق، أن اللعبة تتطلب معرفة جيدة بقواعدها لتصبح آلية وتتطلب من اللاعب السرعة والمهارة في تحريك الأوراق والتكيف مع الوضعيات الجديدة التي تخلقها في كل مرة بروز ورقة جديدة من الضروري وضعها في مكانها الصحيح. وهي تتطلب تركيزا كبيرا وذكاء في تسييرها حتى لا يصل الأمر إلى الانسداد الذي يعني الخسارة.

استنتاجات الجزء التحليلي من الدراسة :

تتمثل استنتاجات الجزء المتعلق بتحليل مضامين ألعاب الفيديو فيما يلي :

1- أربع دول فقط (الولايات المتحدة الأمريكية – اليابان – بريطانيا – فرنسا) هي مصممة ألعاب الفيديو المفضلة لدى العينة المدروسة، وكل هذه الدول غربية ومن ثم فإن منتوجاتها محكومة بمنظومة قيمية غربية بعيدة عن المنظومة القيمية الجزائرية.

2- معظم الألعاب من عينة الألعاب موجهة إلى جمهور يفوق سنه سن العينة المدروسة في هذا البحث. ومع أنها تحوي تحذيرات بخصوص سن الممارسين إلا أن العينة أقبلت عليها رغم ذلك.

وتتمثل عادة تحذيرات اللعب في وجود مشاهد جنسية متفاوتة الدرجة، أو وجود مشاهد عنف لا تلائم السن المذكور وفي أحيانا قليلة جدا عدم ملاءمة اللعبة للسن المحذور بناء على متطلبات عقلية أو جسمية من الضروري توفرها للقيام بالممارسة الجيدة.

ويتضح من ذلك أن لا وجود لسلطة رقابية على العينة المدروسة من الأولياء فيما يخص انتقاء الألعاب التي يمارسونها، وأن الأمر متروك للأطفال الذين ينتقون ما يشاؤون من دون رقيب.

3- تظهر المعطيات أن الغالبية العظمى (72 بالمائة) من ألعاب الفيديو المختارة يمكن ممارستها من خلال كل الآلات. ويعود ذلك إلى متطلبات السوق الجزائرية لألعاب الفيديو. ففي الجزائر تعد عارضات التحكم باهظة الثمن نسبيا، لذا يتجه موزعو ألعاب الفيديو حتى وإن كانت جهات غير رسمية كما تم تبيانه في الفصل الخاص باقتصاديات ألعاب الفيديو في الجزائر، إلى توفير ألعاب واردة الاستعمال على مختلف الحوامل.

4- إمكانية العزلة المرافقة للعب واردة جدا، لأن ما يفوق نصف العينة المختارة من ألعاب الفيديو تمارس بشكل فردي تليها تلك التي تمارس بشكل فردي أو جماعي ثم تلك التي تمارس بشكل فردي أو ثنائي. ومن ثم قد يقل الدور الرقابي على انتقاء أنواع الألعاب وعلى زمن الممارسة أيضا، وقد يجعله مفتوحا أيضا، مع العلم أن الطفل في مثل هذا السن يحتاج إلى نوع من الرقابة والمرافقة في كل ما يقوم به للمساعدة على اتخاذ القرارات السليمة.

5- تجري أحداث معظم ألعاب الفيديو في الحاضر، وهذا لأن الأطفال يحبذون الألعاب التي تحمل الكثير من الواقعية. وهذا يعد تراجعا لمكانة الألعاب ذات البعد الخيالي عند العينة المذكورة. وكذلك الأمر بالنسبة للألعاب التي تجري في الماضي والتي تنتقى عادة بمرجعية قصصية أو أسطورية غير تلك السائدة في مجتمعنا، وقد تكون مجهولة لدى العينة.

6- تركز الألعاب المدروسة على الأماكن التي تحمل مرجعية واقعية، من مثل الملاعب المحددة الأسماء والموجودة فعلا في الواقع، و البنايات والشوارع التي تشير إلى الدول التي تحويها من مثل الولايات المتحدة الأمريكية أو أوروبا من خلال معالم أو رموز محددة. ومن ثم فإن اللاعب يرتبط ذهنه من خلال اللعب بسياقات مكانية معينة هي التي تعرف بانتشار مزايا خاصة فيها محببة لديه من مثل القوة والبطولة والمهارة والسرعة والمغامرة ... إلخ.

7- الغالبية العظمى لأبطال ألعاب الفيديو هم من البشر مما يؤكد على أن أطفال عينتنا يحبذون الألعاب التي تتسم بالواقعية، لذا يختارون تلك التي يكون بطلها إنسانا. ضف إلى ذلك، فإن مصممي ألعاب الفيديو، يتجهون في تصاميمهم إلى اختيار أبطال واقعيين، وفي أحيان كثيرة شخصيات سينمائية أو موجودة في الواقع.

8- الاتجاه نحو الواقعية لدى مصممي الألعاب يجعلهم يركزون على اختيار أبطال واقعيين وبالتالي تسود فكرة البطل الذكر على البطلة في ألعاب الفيديو المدروسة.

9- غالبية الألعاب (87.50 بالمائة) يعد البطل فيها فردا، وجاءت النتيجة متوافقة مع طبيعة الألعاب في حد ذاتها، حيث أن 12.50 بالمائة من الألعاب هي ألعاب محاكاة رياضية لاختصاصات جماعية (كرة القدم – كرة السلة)، كما أن آلية التحكم في هذه الألعاب، تجعل اللاعب يتحكم آليا باللاعب الممسك للكرة

عند امتلاكه لها وبالتالي يتحكم في شخصية واحدة، وعند عدم امتلاكه للكرة يكون التحكم في كل اللاعبين جماعيا وليس بكل لاعب بشكل مغاير.

ولم نسجل أي ألعاب تكون البطولة فيها لثنائي أو لجماعة، لأن ذلك قد يكون غير عملي ويشتت من ذهن اللاعب الذي يتحكم في أكثر من شخصية في آن واحد. وما سُمح به يعود لأن مقتضيات الرياضة المجسدة تتيح ذلك.

10- تبين أن الألعاب التي تكون فيها تحديات البطل هي عدو أو منافس مع صعوبات ميدانية هي السائدة أكثر على حساب الألعاب التي تضم عدوا أو منافسا و الألعاب التي تضم صعوبات ميدانية فقط. ويعود ذلك إلى أن خاصية الانغماس تتحقق أكثر بوجود عدو أو منافس مع صعوبات ميدانية، لأن ذلك يخلق تنوعا في التحديات ويجعل اللاعب في حالة من الترقب والحذر. كما أن الألعاب التي تضم عدوا أو منافسا للبطل بشريا هي الغالبية (63.64 بالمائة) ويعود ذلك إلى أن الواقعية تقتضي أن يكون العدو أو المنافس من نفس طبيعة البطل، كما أن عدو أو منافس البطل غالبا ما يكون من البالغين، لأن الواقعية تجعل من غير المنطقي أن يصنف الطفل أو المراهق في خانة العدو أو المنافس. والقدرات التي تمنح له من مصمم اللعبة تتوافق بالضرورة مع شخصية بالغة. ووجد أن البطل وعدوه ومنافسه متماثلو الجنس تقريبا، حتى تكون المنافسة والندية متكافئة.

11- غالبا ما يواجه الأبطال في عينة ألعاب الفيديو المدروسة جماعات وليس أفرادا أو فرقا والأمر يعود بالدرجة الأولى إلى طبيعة الألعاب. فألعاب الحركة عادة ما يكون السيناريو فيها شبيها بسيناريوهات الأفلام، ومن ثم فإن المواجهة تكون ضد جماعات وليس أفرادا بأعينهم، ما عدا القلة القليلة والتي يكون فيها السيناريو محدودا في سياق مكاني محدد والعدو فيها ظاهر كما هو الشأن مع لعبة "أمير فارس - برينس أوف بيرسيا". كما أن ألعاب القتال تكون المواجهة فيها وجها لوجه وفردا أمام فرد. وهناك أربعة ألعاب من نوع المحاكاة الرياضية أين يكون فيها المنافس فريقا بالضرورة.

ولأن البطل يواجه جماعات، فهذا يزيد من إحساس اللاعب بتقمص دور البطولة بكل مزاياها لأنه سيتمكن من خلال اللعب الافتراضي تجسيد صفات قد تكون غير ممكنة في الواقع.

12- تعد الصعوبات الطبيعية أكثر التحديات ترددا في الألعاب المدروسة تليها الألعاب التي تحوي صعوبات استراتيجية وتلك التي تحوي كل أنواع الصعوبات، ثم الألعاب ذات الصعوبات الطبيعية والتقنية وأخيرا الألعاب التي تحوي صعوبات طبيعية واستراتيجية.

ويتضح من هذه النتائج أن هنالك تركيزا على ضرورة وجود الصعوبات الطبيعية لأنها تخلق تلك الواقعية الافتراضية التي تجعل اللاعب ينغمس حركيا في السيناريو المقدم له. وبعدها تأتي بقية أنواع الصعوبات بحسب طبيعة الألعاب في حد ذاتها. فألعاب المحاكاة الرياضية عادة ما نجد فيها صعوبات استراتيجية، بينما نجد في ألعاب الحركة صعوبات طبيعية أو صعوبات تقنية أو كل أنواع الصعوبات

مجتمعة. وتتردد في ألعاب المحاكاة الواقعية عادة الصعوبات الطبيعية. أما في الألعاب التقليدية فالصعوبات تكون تقنية محضة.

13- الألعاب ذات مستويات الصعوبة المتصاعدة هي الأكثرية تليها الألعاب ذات المستوى المفاجئ أو المتماثل من الصعوبة، وأخيرا الألعاب ذات مستويات الصعوبة المفاجئة والمتصاعدة في آن واحد و الألعاب ذات كل أنواع مستويات الصعوبة.

وتؤكد هذه المعطيات ما ورد في الفصل الثالث، حيث يتجه مصممو ألعاب الفيديو على وضع صعوبات متصاعدة، حتى تجعل اللاعب يتعود عليها ويهيئ نفسه لصعوبات أكبر وأكثر مع مرور اللعب. ونادرا ما يتم اعتماد كل أنوع مستويات الصعوبة لأن ذلك سيخلق صعوبات جمة للاعب وقد يجعله يراوح مكانه ولا يتقدم، وهذا في غير مصلحة منتجي اللعبة، لأن الفشل المستمر سيقلل من قيمة اللعبة لدى اللاعبين وينفرهم منها. وحتى وإن وجدت كل أنواع الصعوبات فهنالك حرص على تقديم إعانات تقنية من خلال دليل اللعبة، وهو ما سيأسر اللاعب ويكون لديه رغبة في عدم التوقف عن اللعب.

14- الوسائل التعبيرية الأكثر استخداما هي الرسوم الثلاثية الأبعاد، لكونها تعطي ذلك الانطباع بالواقعية، لأن اللاعب يحس بقدرته على مسك الصورة، ويساعد ذلك بالضرورة على الانغماس. وترافق هذه الصور الشديدة الواقعية مؤثرات صوتية تزيد من تلك الواقعية، وأيضا استخدام اللغة اللفظية وإن بشكل محدود وهذا لظروف معينة في اللعب تقتضي استخدامها، من مثل إعطاء إشارات مساعدة.

15- الغالبية العظمى (84 بالمائة) من ألعاب الفيديو المختارة تمت معالجة الرسوم فيها بواقعية، وهو ما يتوافق مع مبدأ صناعة الواقع الافتراضي، الذي يقتضي جعل كل مكونات اللعبة واقعيا والحركات فيها كذلك حتى يحدث الانغماس. كما أن الحالات التي تستخدم فيها معالجة فنية كاريكاتورية أو مختلطة قليلة ومرتبطة دوما بنوع الشخصية البطلة للعبة.

16- تحوي أغلب ألعاب الفيديو المختارة ألوانا زاهية، تليها تلك التي تحوي ألوانا قاتمة ثم تلك التي تكون الألوان متحكما فيها.

وجاءت هذه المعطيات متوافقة مع طبيعة الألعاب، وأهداف مصمميها. فمن جهة الرغبة في صناعة ذلك الواقع الافتراضي تقتضي استخدام الألوان الزاهية المتوافقة مع الواقع، واستخدام القاتم متوافق مع طبيعة الألعاب التي تحوي مشاهد رعب كما هو الحال في لعبة "ريزيدانت افايل" أين تسود الوحوش أو "تومب رايدر" التي تغوص في العوالم المجهولة والغريبة.

أما الألعاب المتحكم في ألوانها مثل "كونتر سترايك" فهي تعطي أدوات لعب للاعب، بحيث يمكنه التعرف على المحيط الذي ينشط فيه والتعرف على دلائل وجود أعدائه جراء التحكم في الألوان. ولهذا يفضل في هذه الألعاب استخدم جهاز الكومبيوتر بدل عارضات التحكم.

17- يلاحظ كثرة استخدام الرسوم الثلاثية الأبعاد بنوعيها الثابت والمتحرك في الجنيريك، وهنالك حرص على وجود المؤثرات الصوتية والموسيقى لكونها عوامل جذب للانتباه وتأثير وجداني وهذا من ضرورات تحضير اللاعب للانغماس في الواقع الافتراضي للعبة.

18- كل الألعاب تحوي لغة غربية، وهذا مفهوم لأنها موجهة لجمهور غربي بالدرجة الأولى. وكانت هذه اللغة بسيطة، وهذا منطقي لأن الصعوبة تنفر في مثل هذه الألعاب والجمهور المستهدف عام وليس خاصا.

19- اتضح أن ألعاب الفيديو المختارة تحوي تراتبية معينة للقيم تتوافق مع المنظومة القيمية لمنتجي هذه الألعاب وطبيعة هذه الألعاب في حد ذاتها. فالقيم الحركية والجسمانية تأتي في مقدمة أنواع القيم تليها القيم النفسية ثم القيم العقلية، ثم القيم الاجتماعية، وأخيرا القيم الأخلاقية.

والقيم في هذه الألعاب متوافقة مع القيم السائدة في المجتمعات التي صممت فيها هذه الألعاب. أي المجتمعات التي تسود فيها الحركية وتعظيم الذات والفردانية (قيم نفسية) والعقلانية، لتأتي بعدها القيم الاجتماعية وأخيرا القيم الأخلاقية التي تعد ثانوية جدا فيها.

20- حملت ألعاب الفيديو المختارة الكثير من القيم السلبية التي يجسدها البطل. ويأتي العنف في الصدارة ثم الجنس فاللاتسامح، ثم الفوضى و التلوث والظلم وأخيرا الأنانية والكذب.

ويعود تواجد هذه القيم بطبيعة الألعاب في حد ذاتها والسيناريو المتضمن فيها. فمعظم الألعاب لا تتناسب وسن العينة، بسبب ما تحويه من مشاهد الجنس والعنف بالدرجة الأولى. ويتجسد العنف في الاستخدام المفرط للقوة من قبل الأبطال، بينما يتجسد الجنس في مشاهد خليعة في بعض الأحيان وفي المظهر الجسدي واللباس اللذان يحملان الكثير من الإيحاءات الجنسية.

ومع العنف تظهر بالضرورة قيمة اللاتسامح مع (الأعداء). ولأن البطل يسعى إلى تحقيق هدفه مهما كان، فلا ضير من اتخاذ كل السبل من أجل ذلك، وإن باستعمال أشياء سلبية.

21- لا تتجسد قيمة الخير والصلاح بالضرورة في البطل في ألعاب الفيديو المختارة، فالبطل قد يكون مجرما، كما يمكن أن يكون إرهابيا.

22- اتضح أن القيم الحركية والجسمانية تأتي في مقدمة قيم أعداء ومنافسي البطل في ألعاب الفيديو المختارة، تليها القيم النفسية ثم القيم العقلية فالقيم الاجتماعية وأخيرا القيم الأخلاقية.

والملاحظ أن هذا الترتيب هو نفسه الذي سجلناه لدى قيم أبطال ألعاب الفيديو المختارة مع فروق طفيفة في القيم. مما يعني أن الأدوار وإن اختلفت بين بطل وعدو أو منافس تتجسد فيها القيم ذاتها، لأنها مرتبطة بمتطلبات اللعب وبالخصوص الفوز في هذا اللعب التخيلي.

23- تبين أن العنف هي القيمة السلبية لعدو أو منافس البطل الأكثر ترددا مقارنة ببقية القيم السلبية، تليها قيمة اللاتسامح ثم قيمتا الظلم والتلوث، ثم قيمة الفوضى، ثم قيمة الأنانية ثم قيمتا الكذب و الجنس وأخيرا قيمة الخيانة.

24- هنالك بعض القيم السلبية التي تتقارب نسبة وجودها بين البطل وعدوه أو منافسه في ألعاب الفيديو المختارة، وهناك قيم سلبية أخرى تفترق فيها النسب ما بين الطرفين. ومن القيم ذات النسب المتقاربة نجد العنف والجنس.

ويفترق الأمر بالنسبة لبقية القيم السلبية إلى حد بعيد، مثل قيمة اللاتسامح والظلم و الفوضى و التلوث و الخيانة (معدومة لدى البطل) والأنانية والجنس.

الهوامش :

* أنظر الصفحة 150. (؟؟؟؟؟)

(1). <http://Wikipédia.com>

(2). Ibid.

(3). Ibid.

(4). Ibid.

(5). Ibid.

(6). <http://www.capcom.co.jp/bio2>

(7). <http://Wikipédia.com>

(8). Ibid.

(9). Ibid.

(10). Ibid.

(11). Ibid.

(12). <http://www.electronicarts.fr/games/8310>

(13). <http://Wikipédia.com>

(14). <www.playstation.tm.fr[...]x/jackie_chan.html>

(15). <http://Wikipédia.com>

(16). Ibid.

(17). <www.jeuxvideo.com>

(19). <http://Wikipédia.com>

(20). Ibid.

(21). Ibid.

(22). Ibid.

(23). Ibid.

(24). <www.jeuxvideo.com>

(25). Ibid.

(26). <http://Wikipédia.com>

(27). <www.jeuxvideo.com>

(28). Ibid.

الفصل الثاني : تفاعل العينة مع مضامين ألعاب الفيديو

المبحث الأول:مكانة ألعاب الفيديو ضمن النشاطات الترفيهية للعينة

المبحث الثاني: عادات ممارسة ألعاب الفيديو لدى العينة

المبحث الثالث: تفاعل العينة مع خصائص شكل ومضمون ألعاب الفيديو

المبحث الرابع: تفاعل العينة مع القيم المحتواة في ألعاب الفيديو

استنتاجات الجزء الميداني من الدراسة

مدخل :

بعد أن تم تحليل عينة من ألعاب الفيديو واستخراج خصائص شكلها ومضمونها والقيم المحتواة فيها، ننتقل في هذا الفصل إلى معرفة كيفية تفاعل العينة مع القيم المحتواة في الألعاب. ولمعرفة ذلك وتحقيقا لأهداف الدراسة، سيتم في البدء تحديد مكانة ألعاب الفيديو ضمن النشاطات الترفيهية للعينة وعادات ممارسة اللعب لديها ثم كيفية تفاعل العينة مع خصائص شكل ومضمون هذه الألعاب وبعدها كيفية تفاعلها مع القيم المحتواة في هذه الألعاب. وكل ذلك سيتم وفق المعطيات العامة ثم وفق متغيرات الدراسة. وأخيرا سيتم الخروج باستنتاجات من هذا الجزء الميداني للدراسة.

المبحث الأول : مكانة ألعاب الفيديو ضمن النشاطات الترفيهية لدى العينة :

المطلب الأول : مكانة ألعاب الفيديو ضمن النشاطات الترفيهية لدى العينة حسب المعطيات العامة

الجدول رقم (50): ترتيب النشاطات الترفيهية المفضلة لأفراد العينة

النشاط الترفيهي	متوسط الترتيب	الانحراف المعياري
1. ممارسة ألعاب الفيديو	03.00	2.46
2. ممارسة الرياضة	03.50	2.54
3. التنزه مع أفراد العائلة	04.00	2.78
4. اللعب مع الأصدقاء	03.00	2.52
5. مشاهدة الرسوم المتحركة	04.00	2.28
6. قراءة القصص	07.00	2.63
7. الذهاب إلى السينما	07.00	2.73
8. حضور مسرحيات الأطفال	08.00	2.28
9. مشاهدة برامج الكبار في التلفزيون	09.50	2.55
10. مشاهدة برامج الصغار في التلفزيون	07.00	2.30
11. الاستماع إلى الراديو	09.50	2.06

تدل معطيات الجدول رقم (50) أن ممارسة ألعاب الفيديو تأتي في مقدمة النشاطات الترفيهية التي يقبل عليها أفراد العينة، حيث يبلغ متوسط ترتيبها 03.00 بالمائة. وهي تتقاسم ذات المرتبة مع اللعب مع الأصدقاء، يليهما ممارسة الرياضة.

تثبت هذه المعطيات بأن ألعاب الفيديو بما تمثله من وسيلة ترفيهية جديدة نسبيا في الجزائر مقارنة بالدول المتقدمة والغنية، تمتلك قدرات اجتذاب كبيرة بما تحويه من واقعية ومن إمكانية الانخراط حركيا وجسمانيا وعقليا وعاطفيا مع السيناريو الحركي الموجود وبما تقدمه من سيناريوهات تزيد عن تلك المقدمة من التلفزيون أو السينما بإمكانية التعرض الإيجابي. ينضاف إلى ذلك عامل تراجع سعر هذه الألعاب وحواملها (أدوات اللعب) عن بدايات ظهور اللعبة، مما وسع من نطاق استهلاكها في المجتمع الجزائري.

المطلب الثاني : مكانة ألعاب الفيديو ضمن النشاطات الترفيهية لدى العينة حسب متغير الجنس

الجدول رقم (51): النشاطات الترفيهية المفضلة للعينة حسب متغير الجنس

النشاطات الترفيهية	جنس العينة				P
	الذكور		الإناث		
	المتوسط	الانحراف	المتوسط	الانحراف	
ممارسة ألعاب الفيديو	03.00	2.17	03.00	2.68	0.10
ممارسة الرياضة	03.00	2.47	04.00	2.73	0.09
التنزه مع أفراد العائلة	04.00	2.76	03.00	2.81	0.12
اللعب مع الأصدقاء	03.00	2.15	04.00	2.74	**0.01**
مشاهدة الرسوم المتحركة	04.00	1.95	04.00	2.59	0.25
قراءة القصص	07.00	2.45	07.00	2.76	0.19
الذهاب إلى السينما	07.00	2.46	07.00	2.98	0.16
حضور مسرحيات الأطفال	08.00	2.06	08.00	2.48	0.10
مشاهدة برامج الكبار في التلفزيون	09.00	2.53	09.50	2.57	0.11
مشاهدة برامج الصغار في التلفزيون	07.00	2.13	07.00	2.46	0.13
الاستماع إلى الراديو	09.50	1.81	09.00	2.21	0.29

تظهر معطيات الجدول رقم (51) أن ممارسة ألعاب الفيديو تأتي في مقدمة النشاطات الترفيهية التي يفضلها الذكور، رفقة ممارسة الرياضة واللعب مع الأصدقاء بنفس المتوسط الحسابي والمقدر ب(03.00). وتلي هذه النشاطات، مشاهدة الرسوم المتحركة بمتوسط حسابي يقدر ب(04.00).

كما تعد ممارسة ألعاب الفيديو النشاط الترفيهي المفضل لدى الإناث بنفس المتوسط الحسابي (03.00)، لكن رفقة التنزه مع أفراد العائلة، ثم اللعب مع الأصدقاء وممارسة الرياضة ومشاهدة الرسوم المتحركة بمتوسط (04.00).

وبالنسبة لبقية النشاطات الترفيهية فقد كانت النتائج متقاربة بين الذكور والإناث.

ويظهر اختبار كا2 عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مختلف خيارات النشاطات الترفيهية المذكورة (كل الرتب مدرجة حسابيا)، عدا في اللعب مع الأصدقاء، مما يعني أن متغير الجنس ليس له تأثير عموما في نوع النشاطات الترفيهية المفضلة للعينة المذكورة.

وتعد الفروق بخصوص اللعب مع الأصدقاء منطقية لكون الذكور أكثر ميلا إلى اللعب مع الأصدقاء وأكثر حرية في القيام بذلك مقارنة بالإناث.

وتؤكد هذه النتائج، أن كلا الجنسين يميلان في هذه المرحلة العمرية إلى نفس أنواع النشاطات الترفيهية عموما، خصوصا ما تعلق بممارسة ألعاب الفيديو التي صارت تشكل النشاط الترفيهي الأول لكلا الجنسين، لما تتوافر عليه من خصائص إبهار وجذب جديدة.

المطلب الثالث : مكانة ألعاب الفيديو ضمن النشاطات الترفيهية لدى العينة حسب متغير مكان الإقامة

الجدول رقم (52): ترتيب النشاطات الترفيهية المفضلة لأفراد العينة، حسب متغير مكان الإقامة

النشاطات الترفيهية	ولاية إقامة العينة								P
	الجزائر		سطيف		وهران		ورقلة		
	متوسط	انحراف	متوسط	انحراف	متوسط	انحراف	متوسط	انحراف	
ممارسة ألعاب الفيديو	03.00	2.33	03.00	2.89	03.00	2.36	03.00	2.05	0.65
ممارسة الرياضة	04.00	2.63	03.00	2.65	04.00	2.53	03.00	3.02	0.42
التنزه مع أفراد العائلة	03.00	2.95	03.00	2.81	05.00	2.73	04.00	2.07	0.20
اللعب مع الأصدقاء	03.00	2.29	04.00	2.65	04.00	2.70	03.00	2.33	0.42
مشاهدة الرسوم المتحركة	04.00	2.32	04.00	2.41	04.00	2.23	04.00	1.86	0.66
قراءة القصص	07.00	2.52	07.00	2.66	07.00	2.72	07.00	2.86	0.57
الذهاب إلى السينما	07.00	2.82	07.00	2.60	07.00	2.97	07.00	2.36	0.42
حضور مسرحيات الأطفال	08.00	2.06	08.00	2.41	07.00	2.57	09.00	1.85	0.08
مشاهدة برامج الكبار في التلفزيون	09.00	2.67	09.50	2.38	09.00	2.69	09.50	1.88	0.10
مشاهدة برامج الصغار في التلفزيون	07.00	2.08	07.00	2.51	08.00	2.44	06.00	2.26	0.22
الاستماع إلى الراديو	09.00	2.67	09.50	2.16	09.00	2.06	09.50	1.71	0.02

تمثل ممارسة ألعاب الفيديو النشاط الترفيهي المفضل لدى أفراد العينة من الولايات الأربع، حسب ما يظهره الجدول رقم (52). فقد وضعت في صدارة النشاطات الترفيهية المفضلة بمتوسط حسابي يقدر ب(03.00).

ويقتسم ريادة النشاطات الترفيهية المفضلة لدى مفردات العينة من الجزائر العاصمة كل من التنزه مع أفراد العائلة واللعب مع الأصدقاء بنفس مقدار المتوسط الحسابي.

أما بالنسبة لمفردات العينة من ولاية سطيف فقد تقاسمت ألعاب الفيديو ريادة النشاطات الترفيهية المفضلة رفقة ممارسة الرياضة والتنزه مع أفراد العائلة.

وبخصوص مفردات العينة من ولاية وهران فقد انفردت ألعاب الفيديو بالريادة متبوعة بممارسة الرياضة واللعب مع الأصدقاء ومشاهدة الرسوم المتحركة (04.00).

أخيرا وفيما يخص مفردات العينة من ولاية ورقلة فقد تقاسمت ألعاب الفيديو ريادة النشاطات الرياضية المفضلة رفقة ممارسة الرياضة واللعب مع الأصدقاء بنفس مقدار المتوسط الحسابي (03.00).

و يظهر اختبار كا2 عدم وجود أي فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة المنتمين لمختلف الولايات (كل الرتب محسوبة)، عدا الاستماع إلى الراديو الذي نال اختيارات قليلة في الرتب العالية، مما يعني عدم تأثير متغير ولاية الإقامة على خيارات النشاطات الترفيهية المفضلة لدى أفراد العينة. وقد يعود ذلك لتماثل الظروف بين الجميع عموما وإن اختلف مكان الإقامة.

المطلب الرابع : مكانة ألعاب الفيديو ضمن النشاطات الترفيهية للعينة حسب متغير المستوى المعيشي

الجدول رقم (53): ترتيب النشاطات الترفيهية المفضلة لأفراد العينة، حسب متغير المستوى المعيشي

النشاطات الترفيهية	المستوى المعيشي						P
	تحت المتوسط		المتوسط		فوق المتوسط		
	متوسط	انحراف	متوسط	انحراف	متوسط	انحراف	
ممارسة ألعاب الفيديو	03.00	2.07	03.00	2.50	03.00	2.72	0.41
ممارسة الرياضة	04.00	2.63	03.00	2.47	04.00	2.86	0.23
التنزه مع أفراد العائلة	04.00	2.85	04.00	2.67	03.00	2.85	0.16
اللعب مع الأصدقاء	03.00	2.50	03.00	2.72	04.00	2.35	0.84
مشاهدة الرسوم المتحركة	04.00	2.07	04.00	2.39	04.00	2.38	0.74
قراءة القصص	07.00	2.60	07.00	2.70	07.50	2.59	0.34
الذهاب إلى السينما	08.00	2.86	07.00	2.58	07.00	2.78	0.56
حضور مسرحيات الأطفال	08.00	2.49	08.00	1.99	08.00	2.38	0.24
مشاهدة برامج الكبار في التلفزيون	09.50	2.42	09.50	2.57	09.50	2.67	0.90
مشاهدة برامج الصغار في التلفزيون	07.00	2.02	07.50	2.17	06.00	2.57	0.44
الاستماع إلى الراديو	09.00	2.13	09.50	1.95	09.50	2.06	0.61

تعد ممارسة ألعاب الفيديو النشاط الترفيهي الأول بالنسبة للعينة حيث قدر متوسط حسابه (03.00) بالنسبة لأصحاب المستويات المعيشية الثلاثة، حسب ما يظهره الجدول رقم (53).

وتتقاسم ألعاب الفيديو الريادة مع اللعب مع الأصدقاء بنفس المتوسط الحسابي بالنسبة لأصحاب المستوى المعيشي تحت المتوسط، يليهما التنزه مع أفراد العائلة وممارسة الرياضة ومشاهدة الرسوم المتحركة.

وتتصدر ألعاب الفيديو الريادة لدى أصحاب المستوى المعيشي المتوسط رفقة ممارسة الرياضة واللعب مع الأصدقاء (03.00).

أخيرا تأتي ممارسة ألعاب الفيديو في مقدمة النشاطات الترفيهية لدى أصحاب المستوى المعيشي فوق المتوسط رفقة التنزه مع أفراد العائلة، تليهما ممارسة الرياضة واللعب مع الأصدقاء ومشاهدة الرسوم المتحركة بمتوسط حسابي (04.00).

و يظهر اختبار كا2 عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أعضاء العينة من المستويات المعيشية الثلاثة. وهو ما يؤكد عدم تأثير متغير المستوى المعيشي على ترتيب النشاطات الترفيهية.

وتؤكد هذه النتائج أن ممارسة ألعاب الفيديو هي النشاط الترفيهي المفضل مهما كانت مستويات العينة المعيشية.

المبحث الثاني : عادات ممارسة ألعاب الفيديو لدى العينة :

المطلب الأول : عادات ممارسة ألعاب الفيديو لدى العينة حسب المعطيات العامة:

الجدول رقم (54): الآلات التي تستخدمها العينة في ممارسة ألعاب الفيديو

آلات اللعب	التكرار	النسبة المئوية
1. جهاز الكومبيوتر	152	63.33
2. بلاي1	91	37.92
3. بلاي2	91	37.92
4. بلاي3	26	10.83
5. نينتاندو	34	14.17
6. إيكس بوكس	21	8.75
7. آلات أخرى	81	33.75

يظهر الجدول رقم (54) بأن جهاز الكمبيوتر يأتي في مقدمة الآلات المستخدمة من قبل العينة في ممارسة ألعاب الفيديو بنسبة 63.33 بالمائة. وتأتي آلة بلاي1 و بلاي2 في المركز الثاني بنفس النسبة والمقدرة ب37.92 بالمائة. وجاءت آلة نينتاندو في المركز الرابع لكون 14.17 بالمائة من أفرادا العينة يستخدمونها في اللعب، تليها آلة بلاي3 بنسبة 10.83 بالمائة فآلة إيكس بوكس بنسبة 8.75 بالمائة.
يبقى أن 33.75 من أفراد العينة يستخدمون آلات أخرى في اللعب عدا الآلات السابقة، وأغلب هذه الآلات هي عبارة عن وسائل بدائية من مثل الآلات اليدوية ذات الشاشة الصغيرة المدمجة أو الآلات الكبيرة المستخدمة في قاعات اللعب... إلخ.

وتجد هذه النتائج مبررا لها في كون جهاز الكومبيوتر متعدد الاستخدامات، واقتناؤه في الأسر ليس لمجرد اللعب فقط، لذا فإنه يأتي في المركز الأول من حيث الاستخدام. كما يلاحظ أنه كلما ارتفع سعر أداة اللعب كلما قل مستخدميها، مع العلم أن التساوي بين مستعملي جهازي بلاي 1 و بلاي 2 يعود إلى أن الجهاز الأول صار قديما نسبيا وتجاوزه الزمن بالنسبة لممارسي ألعاب الفيديو، وصار من ثم ضروريا الانتقال إلى أداة أحدث تتيح خيارات أكبر وتسمح باستخدام ألعاب أكثر.

الجدول رقم (55): تطور استخدام العينة لآلات اللعب خلال أربعة أشهر

آلات اللعب	الآلات المذكورة في الاستبيان الأول		الآلات المذكورة في الاستبيان الثاني	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
1. جهاز الكومبيوتر	129	53.75	152	63.33
2. بلاي1	82	34.17	91	37.92
3. بلاي2	58	24.17	91	37.92
4. بلاي3	3	1.25	26	10.83
5. نينتاندو	7	2.92	34	14.17
6. إيكس بوكس	8	3.33	21	8.75
7. آلات أخرى	27	11.25	81	33.75
المجموع	240	100	152	63.33

يظهر الجدول رقم (55)، أن جهاز الكومبيوتر بقي هو الأكثر استخداما للعب من قبل العينة، وازداد استخدامه نسبيا من 53.75 بالمائة إلى 63.33 بالمائة، يليه بعد ذلك جهاز بلاي1 الذي ارتفع استخدامه من 34.17 بالمائة من العينة إلى 37.92 بالمائة من العينة. وازداد عدد الأطفال المدروسين الذين يستخدمون جهاز بلاي2 من 24.17 بالمائة إلى 37.92 بالمائة.

ويسجل أن الأطفال المدروسين الذين يستخدمون أجهزة بلاي3 و نينتاندو وإيكس بوكس ارتفع من 1.25 بالمائة إلى 10.83 بالمائة بالنسبة للجهاز الأول و من 2.92 بالمائة إلى 14.17 بالمائة للجهاز الثاني، ومن 3.33 بالمائة إلى 08.75 بالمائة بالنسبة للجهاز الثالث.

أما الآلات الأخرى فقد زاد مستعملوها من بين الأطفال المدروسين من 11.25 بالمائة إلى 33.75 بالمائة.

ويعد هذا الارتفاع في استخدام الأجهزة منطقيا قياسا بعدة عوامل. أولها وهو فيما يخص جهاز الكومبيوتر، خاصية تعدد الاستعمالات وارتفاع نسبة انتشاره في المجتمع الجزائري، وثانيها، أن تراكم خبرة اللعب لدى الطفل يجعله يرغب دوما في الأحسن والأكثر تطورا للاستجابة لمتطلبات اللعب المتزايدة والتي تحتاج إلى تقنيات أكبر وأفضل.

الجدول رقم (56): عدد الآلات التي تملكها العينة

عدد آلات اللعب	التكرار	النسبة المئوية
آلة واحدة	96	40.00
آلتان	70	29.16
ثلاث آلات	43	17.92
أربع آلات	24	10.00
خمس آلات	06	02.50
ست آلات	01	0.42
سبع آلات	00	00
المجموع	240	100

يظهر الجدول رقم (56) بأن أفراد العينة الذين يمتلكون آلة واحدة للألعاب يمثلون الأكثرية بنسبة 40.00 بالمائة يليهم من يمتلكون آلتين بنسبة 29.16 بالمائة ثم من يمتلكون ثلاث آلات بنسبة 17.92 بالمائة ثم من يمتلكون أربع آلات بنسبة 10.00 بالمائة ثم من يمتلكون خمس آلات بنسبة 02.50 بالمائة ثم من يمتلكون ست آلات بنسبة 0.42 بالمائة.

ولا وجود لأي فرد من العينة يمتلك سبع آلات.

ويجد الأمر تفسيره في أسعار آلات اللعب المرتفعة التي قد تحول دون امتلاك أكثر من آلة أو آلتين. إضافة إلى أن ممارسة ألعاب الفيديو لم تتجذر في المجتمع الجزائري إلى الحد الذي يؤدي إلى المواكبة المستمرة لظهور آلات لعب جديدة ومتطورة، بالنسبة للجميع.

الجدول رقم (57): أنواع الألعاب المفضلة لدى العينة

أصناف الألعاب	أنواع الألعاب	التكرار	النسبة المئوية	مجموع النسب
ألعاب الحركة	1. ألعاب المغامرات	488	50.84	60,86
	2. ألعاب القتال	77	8.02	
	3. ألعاب الرمي	20	2.00	
ألعاب المحاكاة	4. ألعاب المحاكاة الواقعية	172	17.92	33.76
	5. ألعاب المحاكاة الرياضية	152	15.84	
ألعاب الإستراتيجية	6. ألعاب المغامرات والتفكير	4	0.42	01.47
	7. ألعاب الإستراتيجية الاقتصادية	1	0.11	
	8. ألعاب الإستراتيجية العسكرية	9	0.94	
الألعاب التقليدية	9. الألعاب التقليدية	31	03.23	03.23
الألعاب المجهولة	10. ألعاب مجهولة	6	0.63	0.63
	المجموع	960	100	100

تأتي ألعاب المغامرات في مقدمة ألعاب الفيديو المفضلة لدى العينة، حسب ما يظهره الجدول رقم (57)، فهي تمثل نسبة 50.84 بالمائة من الألعاب المذكورة من قبلهم، تليها ألعاب المحاكاة الواقعية بنسبة 17.92 بالمائة، ثم ألعاب المحاكاة الرياضية بنسبة 15.84 بالمائة. وتقل نسبة الإقبال بعدها على بقية أنواع الألعاب مقارنة بالأنواع الأولى، حيث تصل 8.02 بالمائة بالنسبة لألعاب القتال و 3.23 بالمائة بالنسبة للألعاب التقليدية و 2 بالمائة لألعاب الرمي، لتتقارب بعدها نسب بقية أنواع الألعاب في ما دون نسبة ال1 بالمائة.

وبتجميع هذه الألعاب ضمن التصنيف المذكور في الفصول النظرية نجد أن ألعاب الحركة تأتي في مقدمة الألعاب المحببة للمبحوثين بنسبة 60.86 بالمائة، تليها ألعاب المحاكاة بنسبة 33.76 بالمائة، فألعاب الإستراتيجية بنسبة 4.69 بالمائة وأخيرا الألعاب المجهولة والتي لم يستطع الباحث تحديد طبيعتها بنسبة 0.63 بالمائة.

وقد يجد تفضيل الأطفال لألعاب الحركة وألعاب المحاكاة تفسيره فيما يتيحه النوع الأول من الألعاب من حركية ومن سيناريو متجدد مقارنة ببقية أنواع اللعب، واحتواء هذه الألعاب لشخصيات سينمائية أو شخصيات رسوم متحركة، و ما يتيحه الثاني من محاكاة واقعية يعايشونها يوميا (محاكاة رياضات يمارسونها بالفعل أو يتابعون أخبارها أو محاكاة قيادة السيارات أو الدراجات المحببة إليهم).

الجدول رقم (58) : تطور تفضيلات العينة لأنواع ألعاب الفيديو

نوع اللعبة	الألعاب المذكورة في الاستبيان الأول		الألعاب المذكورة في الاستبيان الثاني	
	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية
1. ألعاب المغامرات	438	45.62	488	50.84
2. ألعاب القتال	114	11.87	77	8.02
3. ألعاب الرمي	34	3.54	20	2.00
4. ألعاب المحاكاة الواقعية	204	21.25	172	17.92
5. ألعاب المحاكاة الرياضية	135	14.06	152	15.84
6. ألعاب المغامرات والتفكير	0	0	4	0.42
7. ألعاب الإستراتيجية الاقتصادية	3	0.31	1	0.10
8. ألعاب الإستراتيجية العسكرية	7	0.73	9	0.94
9. الألعاب التقليدية	19	1.98	31	3.23
10. ألعاب مجهولة	6	0.62	6	0.63
المجموع	960	100	960	100

يظهر الجدول رقم (58) بأن هنالك استقرار نسبي في تفضيلات العينة لأنواع ألعاب الفيديو خلال فترة أربعة أشهر. فقد بقي مفضلو ألعاب المغامرات في الريادة وارتقوا من نسبة 45.62 بالمائة إلى

50.84 بالمائة، وانخفض محبو ألعاب القتال من نسبة 11.87 بالمائة إلى 08.02 بالمائة، وكذلك الأمر بالنسبة لألعاب المحاكاة الواقعية التي تراجع محبوها من 21.25 بالمائة إلى 17.92 بالمائة. وارتفع من يفضل ألعاب المحاكاة الراضية بشكل طفيف من 14.06 بالمائة إلى 15.84 بالمائة. سجل بالنسبة لبقية الألعاب إما استقرارا أو ارتفاعا أو انخفاضا طفيفين جدا.

وتدل هذه المعطيات على استقرار تفضيلات العينة لأنواع ألعاب الفيديو. وقد يكون ذلك بسبب أن الفترة قصيرة بين الاستبيانين الأول والثاني ولم يحن وقت التغيير أو لأن ألعاب الحركة عموما هي التي تستجيب لرغباتهم أكثر بما تتيحه من استمرارية في التنوع وظهور عناوين جديدة كثيرة قياسا ببقية الأنواع التي عادة ما تكون نمطية أكثر من المرغوب فيه.

الجدول رقم (59): عدد الألعاب التي تملكها العينة

عدد الألعاب	التكرار	النسبة المئوية
من 4 إلى 10	107	44.58
من 11 إلى 20	47	19.58
من 21 إلى 30	13	5.42
أكثر من 30	73	30.42
المجموع	240	100

تظهر معطيات الجدول رقم (59) بأن أفراد العينة الذين يملكون عدد ألعاب يتراوح ما بين 4 و 10 ألعاب هم الأكثرية بنسبة 44.58 بالمائة، يليهم من يملكون أكثر من 30 لعبة بنسبة 30.42 بالمائة ثم من يملكون ما بين 11 و 20 لعبة بنسبة 19.58 بالمائة. أخيرا يعد أفراد العينة الذين يمتلكون ما بين 21 و30 لعبة هم الأقلية بنسبة 5.42 بالمائة فقط.

ويسجل هنا تباين قد يجد تفسيره بمتغيرات الدراسة، وهو ما سيتم تناوله لاحقا.

الجدول رقم (60): كيفية اقتناء العينة لألعاب الفيديو

طرق اقتناء ألعاب الفيديو	التكرار	النسبة
1. الشراء	240	100
2. الاستعارة	83	34.58
3. التحميل من الإنترنيت	8	3.33
4. الاستنساخ	00	00

يظهر الجدول رقم (60) أن كل أفراد العينة (100 بالمائة) يقتنون ألعاب الفيديو من خلال

الشراء، ويلجأ 34.58 بالمائة منهم إلى الاستعارة، ويحمل 3.33 بالمائة منهم ألعاب من مواقع الإنترنيت. ولا أحد من أفراد العينة يلجأ إلى الاستنساخ (0 بالمائة).

ويمكن تفسير الأمر بتدني أسعار ألعاب الفيديو في الجزائر (أنظر الجدول رقم 15)، مما يجعل اقتناءها سهلا. كما أن الاستعارة سلوك مألوف بين الأطفال في مثل هذا السن. أما التحميل على الإنترنيت فقد يتطلب دراية بهذه التكنولوجية صعبة نسبيا على أصحاب هذه المرحلة العمرية (في الجزائر).

الجدول رقم (61): فترة شراء أفراد العينة لألعاب فيديو جديدة

فترات الشراء	التكرارات	النسبة
1. مرة في الأسبوع	42	17.50
2. مرة في الشهر	28	11.67
3. مرة كل شهرين	10	4.17
4. مرة كل ثلاثة أشهر	24	10
5. في المناسبات	136	56.66
المجموع	240	100

تظهر أرقام الجدول رقم (61) أن 56.66 بالمائة من أفراد العينة يشترون ألعاب فيديو جديدة في المناسبات، بينما يلجأ 17.50 بالمائة منهم إلى شراء ألعاب مرة في الأسبوع، و11.67 منهم مرة في الشهر. وتقل النسبة إلى 10 بالمائة بخصوص أفراد العينة الذين يلجؤون إلى الشراء مرة كل ثلاثة أشهر، ثم تنخفض النسبة بشكل كبير لتصل إلى 4.17 بالمائة من أفراد العينة الذين يشترون ألعابا مرة كل شهرين.

وتجد هذه النتائج تفسيرا لها في كون المناسبات فرصة للحصول على المال من طرف الأهل والأقارب وبالتالي يمكن شراء ألعاب فيديو جديدة. بينما يأتي الشراء مرة كل أسبوع في المركز الثاني لقلة سعر الألعاب وإمكانية تخصيص مبلغ أسبوعي لشراء ولو لعبة واحدة في هذه الفترة.

الجدول رقم (62): فترات ممارسة أفراد العينة لألعاب الفيديو

فترات اللعب	التكرارات	النسبة المئوية
يوميا	53	22.09
يوما بيوم	42	17.50
مرة في الأسبوع	47	19.59
مرة في الشهر	04	1.66
في العطل والمناسبات	94	39.16
المجموع	240	100

تشير معطيات الجدول رقم (62) أن أفراد العينة الذين يمارسون ألعاب الفيديو في العطل والمناسبات يأتون في المقدمة بنسبة 39.16 بالمائة، يليهم الذين يلعبون يوميا بنسبة 22.09، ثم الذين يمارسونها مرة في الأسبوع بنسبة 19.59 بالمائة، فالذين يلعبون يوما بيوم بنسبة 17.50. وتتراجع النسبة بشكل كبير عند الحديث عن الذين يمارسون ألعاب الفيديو مرة في الشهر حيث تبلغ 1.66 بالمائة.

وقد تعود هذه النتائج إلى نوع من رقابة الأولياء على فترات الممارسة لعدم الانشغال عن الدراسة.

الجدول رقم (63): أوقات ممارسة أفراد العينة لألعاب الفيديو

أوقات اللعب	التكرارات	النسبة المئوية
1. في الصباح	11	4.59
2. في المساء	89	37.09
3. في الصباح والمساء	26	10.83
4. في كل وقت	20	8.33
5. بدون وقت محدد	94	39.16
المجموع	240	100

يظهر الجدول رقم (63)، أن 39.16 بالمائة من أفراد العينة ليس لديهم وقت محدد لممارسة ألعاب الفيديو وهم يشكلون الأكثرية، يليهم الذين يمارسونها في المساء بنسبة 37.09 بالمائة ثم الذين يمارسونها في الصباح والمساء بنسبة 10.83 بالمائة.

ولا يمثل الذين يمارسون ألعاب الفيديو في كل وقت سوى 8.33 بالمائة، ليأتي في المركز الأخير الذين يلعبون في الصباح فقط بنسبة 4.59 بالمائة.

وتعد هذه النتائج منطقية نسبيا. فالطفل في هذه المرحلة العمرية قد تنتابه الرغبة في اللعب في أي وقت لذا لا يملك وقتا محددا للعب، إلا إن كانت لديه ارتباطات أخرى وفي مقدمتها الارتباطات الدراسية. والفترة المسائية عادة هي التي تكون شاغرة وتتيح له ممارسة ألعاب الفيديو أكثر من الفترة الصباحية التي يدرس فيها أو يمارس نشاطات أخرى.

الجدول رقم (64): مدة اللعب لأفراد العينة

مدة اللعب اليومية	التكرارات	النسبة المئوية
1. ساعة واحدة	86	35.83
2. ساعتان	61	25.42
3. ثلاث ساعات	44	18.33
4. أربع ساعات	15	6.25
5. أكثر من أربع ساعات	34	14.17
المجموع	240	100

تبين معطيات الجدول رقم (64) أن 35.83 بالمائة من أفراد يقضون ساعة واحدة فقط في اليوم الواحد (اليوم الواحد وليس يوميا) عند ممارسة ألعاب الفيديو، بينما يمارس 25.42 بالمائة الألعاب لمدة ساعتين. وتبلغ نسبة من يلعبون لثلاث ساعات نسبة 18.33 بالمائة، بينما يمارس 14.17 بالمائة الألعاب لأكثر من أربع ساعات، بينما يمثل من يلعبون لمدة أربع ساعات نسبة 6.25 بالمائة.

وتعد ممارسة اللعب لساعة أو ساعتين معقولة بالنسبة لهذه الفئة العمرية، بالنظر إلى الالتزامات الدراسية من جهة وأيضا ما قد تشكله الرقابة العائلية من عائق لزيادة الفترات.

الجدول رقم (65): شركاء أفراد العينة في ممارسة ألعاب الفيديو

شركاء اللعب	التكرارات	النسبة المئوية
1. لوحدي	53	22.09
2. مع صديق	45	18.75
3. مع عدة أصدقاء	15	6.25
4. مع أخي أو أختي	120	50.00
5. مع أمي أو أبي	07	02.91
المجموع	240	100

يمارس 50 بالمائة من أفراد العينة ألعاب الفيديو مع أخ أو أخت كما يتبين من الجدول رقم (65) وهم الأكثرية، ليأتي في المرتبة الثانية من يمارسونها لوحدهم بنسبة 22.09 بالمائة ثم الذين يمارسونها مع صديق بنسبة 18.75 بالمائة.

وتنزل النسبة إلى 6.25 بالمائة بالنسبة للذين يمارسونها مع عدة أصدقاء، وتبلغ أقل نسبة بعدها بالنسبة للذين يمارسونها مع الأم أو الأب ب2.91 بالمائة.

قد تعود هذه النتائج إلى فضاء اللعب في حد ذاته (كما سيظهره الجدول الموالي). فلأن الممارسة تتم بالدرجة الأولى في البيت فمن الطبيعي أن يكون شركاء اللعب أخا أو أختا بالدرجة الأولى. ولأن الكثير من الألعاب التي تم دراستها في الفصل السابق تمارس بشكل فردي (أنظر الجدول رقم 20) فمن الطبيعي أيضا أن تحتل الممارسة الفردية مكانة متقدمة، تليها الممارسة مع صديق والتي تعد طبيعية في هذه الفئة العمرية. وقد تعود قلة الممارسة مع عدة أصدقاء بسبب فضاء اللعب من جهة و أيضا لأن الممارسة الجماعية تتطلب تجهيزات تقنية قد لا تكون متوافرة لدى كل أفراد العينة.

الجدول رقم (66): الأماكن المفضلة للعب بالنسبة لأفراد العينة

أماكن اللعب	التكرارات	النسبة المئوية
1. في قاعة اللعب	33	13.75
2. في المنزل	200	83.33
3. في منزل صديق	3	1.25
4. في مكان آخر	4	1.66
المجموع	240	100

يأتي المنزل في مقدمة الأماكن التي يفضل أفراد العينة ممارسة ألعاب الفيديو فيها بنسبة 83.33 بالمائة كما يتبين من الجدول رقم (66) وهذا لكون الممارسة المنزلية تحوي حرية أفضل وعدم تقييد مرتبط بالمال أو الوقت أو حتى المكان. وتأتي قاعة اللعب في المرتبة الثانية بنسبة 13.75. وجاء منزل صديق والأماكن الأخرى من مثل الشارع أو المدرسة في المركزين الأخيرين بنسبة متقاربة أي 1.25 بالمائة بالنسبة للأول و 1.66 بالمائة بالنسبة للثانية.

الجدول رقم (67): تصرف المبحوثين عند الخسارة

تصرف المبحوثين	التكرارات	النسبة المئوية
1. التوقف عن اللعب	11	4.58
2. تكرار اللعب لبعض الوقت	42	17.50
3. تكرار اللعب دون توقف حتى الفوز	187	77.92
المجموع	240	100

يؤكد 77.92 بالمائة من المبحوثين أنهم يكررون اللعب دون توقف حتى الفوز عند الخسارة حسب ما يظهره الجدول رقم (67)، بينما يكرر 17.50 بالمائة من أعضاء العينة اللعب لبعض الوقت عند الخسارة، في حين يتوقف عن اللعب 4.58 بالمائة من أفراد العينة عند الخسارة.

وتدل هذه النتائج أن ألعاب الفيديو تحوي عوامل جذب وأسر للاعب قد تؤدي إلى الإدمان، لولا الرقابة الأسرية. ولأن الطفل في هذه المرحلة العمرية يرغب في التعبير عن ذاته، فهو يحاول دوما إثبات قدرته على تجاوز أي صعوبات تعترضه لذا لا يتوقف عند الخسارة حتى يحقق الفوز.

المطلب الثاني : عادات ممارسة ألعاب الفيديو لدى العينة حسب متغير الجنس

الجدول رقم (68): آلات اللعب لدى العينة، حسب متغير الجنس

آلات اللعب	جنس العينة				P
	ذكور		إناث		
	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	
1. جهاز الكومبيوتر	74	60.16	78	66.66	0.18
2. بلاي1	49	39.83	42	35.90	0.31
3. بلاي2	53	43.08	38	32.47	0.04
4. نينتاندو	21	17.07	13	11.11	0.12
5. بلاي3	09	07.31	17	14.53	**0.05**
6. إيكس بوكس	15	12.19	06	05.12	0.04
آلات أخرى	43	34.96	38	32.47	0.34

يظهر الجدول رقم (68) أن 60.16 بالمائة من الذكور في العينة يمارسون ألعاب الفيديو من خلال جهاز الكمبيوتر، كما يستخدم 43.08 بالمائة منهم عارضة التحكم بلاي2 (بلايستايشن2) و 39.83 بالمائة منهم عارضة التحكم بلاي1 (بلايستايشن1) و 17.07 بالمائة جهاز نينتاندو و 12.19 بالمائة جهاز إيكس بوكس و أخيرا 07.31 بالمائة من الذكور يلعبون بعارضة التحكم بلاي3 (بلايستايشن3).

ويستخدم 34.96 بالمائة من الذكور آلات أخرى تعد بدائية مقارنة ببقية عارضات التحكم أو بجهاز الكمبيوتر.

ولدى الإناث يلاحظ أن 66.66 بالمائة منهن يمارسن ألعاب الفيديو بجهاز الكمبيوتر. وتأتي بلاي1 في المركز الثاني من حيث عارضات التحكم الأكثر استخداما من قبل الإناث بما نسبته 35.90 بالمائة. وتستخدم العارضة بلاي2 من قبل 32.47 بالمائة من الإناث، وبلاي3 من قبل 14.53 بالمائة من إناث العينة و نينتاندو من قبل 11.11 بالمائة منهن و إيكس بوكس من قبل 5.12 بالمائة منهن. وتستخدم 32.47 بالمائة من إناث العينة آلات أخرى تعد بدائية مقارنة ببقية عارضات التحكم أو بجهاز الكمبيوتر.

ويظهر الجدول وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث (لصالح الذكور) في امتلاك آلات اللعب التالية وهي : بلاي 2 و بلاي 3 وإيكس بوكس. و قد يعود ذلك إلى كون رغبة ممارسة ألعاب الفيديو أكثر لدى الذكور مقارنة بالإناث، وهو ما يدفعهم إلى البحث عن اقتناء أحدث الآلات من أجل ممارسة ذات نوعية أفضل، تتيح خيارات كثيرة.

ويمكن الاستنتاج أن متغير الجنس له تأثير على امتلاك أدوات معينة للعب، دون أخرى.

الجدول رقم (69): عدد آلات اللعب لدى العينة، حسب متغير الجنس

عدد آلات اللعب	جنس العينة				P
	ذكور		إناث		
	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	
آلة واحدة	45	36.59	51	43.59	0.29
آلتان	40	32.52	30	25.64	
ثلاث آلات	19	15.45	24	20.51	
أربع آلات	13	10.57	11	09.40	
خمس آلات	05	04.06	01	0.85	
ست آلات	01	0.81	00	00	
المجموع	123	100	117	100	

يظهر الجدول رقم (69) أن من يمتلكون آلة لعب واحدة هم الأكثرية سواء لدى ذكور أو إناث العينة المدروسة، بنسبتي 36.59 بالمائة و 43.59 بالمائة على التوالي، يليهم من يمتلكون آلتي لعب بنسبتي 32.2 بالمائة لدى الذكور و الإناث، ثم من يمتلكون ثلاث آلات بنسبتي 15.45 بالمائة لدى الذكور و 20.51 بالمائة بالنسبة للإناث.

ويلي هؤلاء من يمتلكون أربع آلات بنسبتي 10.57 بالمائة لدى الذكور و 09.40 بالمائة لدى الإناث ثم من يمتلكون خمس آلات بنسبتي 04.06 بالمائة للفئة الأولى و 0.85 بالمائة للفئة الثانية.

وأخيرا سجلنا وجود 0.81 بالمائة من ذكور العينة يمتلكون ست آلات بينما لا يوجد أي فرد من إناث العينة من يمتلك هذا العدد من الألعاب.

ولا يمتلك أي واحد من ذكور وإناث العينة سبعة ألعاب.

ويظهر اختبار كا2 أن لا وجود لفروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث بخصوص عدد آلات اللعب الممتلكة. وبالتالي لا دخل لمتغير الجنس في تحديد عدد آلات اللعب لدى العينة.

الجدول رقم (70): أنواع الألعاب المفضلة لدى العينة، حسب متغير الجنس

نوع اللعبة	جنس العينة				P
	ذكور		إناث		
	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	
1. ألعاب المغامرات	201	41.19	287	60.80	**0.03**
2. ألعاب القتال	43	08.81	34	07.20	
3. ألعاب الرمي	13	02.66	07	01.48	
4. ألعاب المحاكاة الواقعية	115	23.57	57	12.08	
5. ألعاب المحاكاة الرياضية	99	20.29	53	11.23	
6. ألعاب المغامرات والتفكير	03	00.61	01	00.21	
7. ألعاب الاستراتيجية الاقتصادية	00	00	01	00.21	
8. ألعاب الاستراتيجية العسكرية	05	01.02	04	00.85	
9. الألعاب التقليدية	08	01.64	23	04.87	
10. ألعاب مجهولة	01	00.21	05	01.06	
المجموع	488	100	472	100	

تشير معطيات الجدول رقم (70) أن ألعاب المغامرات تأتي في مقدمة الألعاب المفضلة لدى الذكور، حيث تمثل نسبة 41.19 بالمائة من مجموع الألعاب المذكورة من قبلها. وجاءت ألعاب المحاكاة الواقعية في المركز الثاني بنسبة 23.57 بالمائة ثم ألعاب المحاكاة الواقعية بنسبة 20.29 بالمائة. وتقل نسبة أنواع الألعاب الأخرى المذكورة من قبل ذكور العينة، حيث تمثل ألعاب القتال 8.81 بالمائة من مجموع الألعاب المذكورة بينما تمثل ألعاب الرمي نسبة 2.66 بالمائة والألعاب التقليدية (1.64 بالمائة) و ألعاب الإستراتيجية العسكرية (1.02 بالمائة). ويلاحظ عدم وجود أي لعبة تنتمي لصنف ألعاب الإستراتيجية الاقتصادية من بين 488 لعبة ذكرها ذكور العينة.

ولم يتسن تصنيف 0.21 بالمائة من الألعاب المذكورة من قبل الذكور في العينة.

ولدى الإناث، يلاحظ أن ألعاب المغامرات تحتل، على غرار الذكور، المركز الأول من بين الألعاب المذكورة من قبلها (472 لعبة)، لكن بنسبة أعلى وهي 60.80 بالمائة. كما احتلت ألعاب المحاكاة الواقعية والمحاكاة الرياضية أيضا المركز الثاني، لكن بنسب أقل مما هو موجود لدى ذكور العينة حيث بلغت على التوالي نسبتي 12.08 بالمائة و 11.23 بالمائة. وحلت ألعاب القتال في المرتبة الرابعة بنسبة 7.20 بالمائة. ويسجل لدى الإناث أن نسبة الألعاب التقليدية أكبر مما هو موجود لدى الفئة الأخرى (4.87 بالمائة مقابل 1.64 بالمائة). وبخصوص بقية أنواع الألعاب فقد كانت قليلة مقارنة بما ورد ذكره، حيث بلغت 1.48 بالمائة بالنسبة لألعاب الرمي و0.85 بالمائة لألعاب الإستراتيجية العسكرية و 0.21 بالمائة لكل من ألعاب المغامرات والتفكير وألعاب الإستراتيجية الاقتصادية. ولم يتسن معرفة طبيعة 1.06 بالمائة من الألعاب المذكورة من قبل الإناث (ألعاب مجهولة).

يظهر اختبار كا2 وجود فوارق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث بخصوص أنواع ألعاب الفيديو المفضلة لديهما، خصوصا الأنواع الرئيسية منها. فالإناث أكثر حبا لألعاب الحركة مقارنة بالذكور، في حين أن الذكور أكثر حبا لألعاب المحاكاة بنوعيها (الرياضية والواقعية). وتتوافق هذه النتائج مع طبيعة الجنسين. فالإناث تستهويهن القصص والحكايات التي توجد ضمن ألعاب الحركة عموما (المغامرات – القتال – الرمي)، بينما تستهوي الذكور الرياضة وقيادة السيارات أو الدراجات والتي نجدها في ألعاب المحاكاة.

الجدول رقم (71): عدد الألعاب الذي تمتلكه العينة، حسب متغير الجنس

عدد الألعاب	جنس العينة				P
	ذكور		إناث		
	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	
من 4 إلى 10	66	53.66	41	35.04	**0.05**
من 11 إلى 20	25	20.32	22	18.80	
من 21 إلى 30	03	02.44	10	08.55	
أكثر من 30	29	23.58	44	37.61	
المجموع	123	100	117	100	

يتضح من الجدول رقم (71) أن 53.66 بالمائة من الذكور في العينة يملكون عدد ألعاب يتراوح ما بين الأربعة والعشرة (4-10)، في حين أن 23.58 بالمائة منهم يمتلكون عدد ألعاب يزيد عن 30 لعبة. أما الذكور الذين يمتلكون ما بين 11 و 20 لعبة فيمثلون 20.32 بالمائة. وتنزل نسبة الذين يمتلكون ما بين 21 و 30 لعبة إلى 02.44 بالمائة.

وعند إناث العينة، يلاحظ أن اللواتي يمتلكن أكثر من 30 لعبة يمثلن أكثر الفئات بنسبة 37.61 بالمائة، متبوعات بمن يمتلكن ما ين 4 و 10 ألعاب ويمثلن 35.04 بالمائة من مجموع إناث العينة. وتنزل النسبة إلى قرابة النصف بخصوص الإناث اللواتي يمتلكن ما بين 11 و 20 لعبة ويمثلن 18.80 بالمائة. أخيرا لا تمثل الإناث اللواتي تمتلكن ما بين 21 و 30 لعبة سوى 08.55 بالمائة من إناث العينة.

يظهر اختبار كا2 وجود فوارق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في امتلاك عدد ألعاب الفيديو، وهذا لصالح الذكور في الفئة الأولى و لصالح الإناث في الفئتين الثالثة والرابعة.

ويجد الأمر تبريره في أن الإناث، يبحثن دوما عن التجدد، لذا يستهويهن اقتناء ألعاب جديدة دوما، في حين هناك نوع من الاستقرار لدى الذكور على أنواع من الألعاب يستمرون طويلا في ممارستها، خصوصا ما تعلق منها بألعاب المحاكاة والتي وإن تجددت عناوينها فإنها تبقى نمطية.

الجدول رقم (72): طرق اقتناء العينة لألعاب الفيديو، حسب متغير الجنس

طرق اقتناء ألعاب الفيديو	جنس العينة				P
	ذكور		إناث		
	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	
1. الشراء	123	100	117	100	ثبات كامل
2. الاستعارة	40	32.52	43	36.75	0.29
3. التحميل من الإنترنيت	08	06.50	00	00	**0.004**
4. الاستنساخ	00	00	00	00	--

يقتني 100 بالمائة من الذكور في العينة، ألعاب الفيديو عن طريق الشراء على غرار الإناث كما يتبين من الجدول رقم (72). يلجأ 32.52 بالمائة من ذكور العينة، أيضا، إلى اقتناء ألعاب الفيديو عن طريق الاستعارة، و 6.50 بالمائة منهم عن طريق التحميل من الإنترنيت كذلك. ويسجل عدم وجود أي فرد من ذكور العينة يلجأ لطريقة الاستنساخ.

وتلجأ 36.75 بالمائة من الإناث في العينة إلى اقتناء ألعاب الفيديو عن طريق الاستعارة، ولا تلجأ أي واحدة منهن إلى التحميل من الإنترنيت ولا الاستنساخ.

يظهر اختبار كا2 عدم وجود أي فوارق ذات دلالة إحصائية بخصوص اقتناء ألعاب الفيديو عن طريق الشراء، كما لا توجد فوارق بالنسبة لطريقة الاستعارة. بالمقابل هناك فوارق ذات دلالة إحصائية كبيرة بخصوص التحميل من الإنترنيت، وهذا لأن الذكور فقط هم من يلجؤون إلى هذه الوسيلة. وقد يعود لأن الأمر متاح لهم أكثر من الإناث، في هذه المرحلة العمرية.

ويستنتج مما سبق أن متغير الجنس له تأثيره على طرق معينة لاقتناء ألعاب الفيديو دون أخرى.

الجدول رقم (73): فترة شراء أفراد العينة لألعاب فيديو جديدة، حسب متغير الجنس

فترات الشراء	جنس العينة				P
	ذكور		إناث		
	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	
1. مرة في الأسبوع	16	13.01	26	22.22	0.30
2. مرة في الشهر	17	13.82	11	09.40	
3. مرة كل شهرين	04	03.25	6	05.13	
4. مرة كل ثلاثة أشهر	13	10.57	11	09.40	
5. في المناسبات	73	59.35	63	53.85	
المجموع	123	100	117	100	

تظهر معطيات الجدول رقم (73) أن 59.35 بالمائة من ذكور العينة يشترون ألعاب فيديو جديدة في المناسبات، ويشتريها 13.82 بالمائة منهم مرة في الشهر ويقتنيها 13.01 بالمائة منهم مرة في الأسبوع. أما الذين يشترونها مرة كل ثلاثة أشهر فيمثلون 10.57 بالمائة من ذكور العينة. ويأتي من يشترون ألعابا جديدة مرة كل شهرين في المركز الأخير حيث يمثلون 03.25 بالمائة من ذكور العينة.

ولدى الإناث، يلاحظ تقاربا مع الذكور في نسبة من تشترين ألعابا جديدة في المناسبات حيث يمثلن 53.85 بالمائة من إناث العينة. كما تتقارب النسبة بين الجنسين بخصوص شراء ألعاب جديدة مرة كل ثلاثة أشهر، إذ تمثل هذه الفئة من إناث العينة 09.40 بالمائة مقابل 10.57 عند الذكور. وتنطبق نفس الملاحظة بخصوص شراء ألعاب جديدة مرة كل شهرين (05.13 بالمائة من إناث العينة مقابل 03.25 بالمائة عند الذكور).

بالمقابل تتباين قليلا بعض النسب في الفئتين. فالإناث اللواتي تشترين ألعابا جديدة مرة في الأسبوع تمثلن نسبة 22.22 بالمائة من مجموع إناث العينة مقابل 13.01 بالمائة عند الذكور. نفس الملاحظة تسجل بخصوص شراء ألعاب جديدة مرة في الشهر (9.40 من إناث العينة مقابل 13.82 عند الذكور).

غير أن اختبار كا2 يظهر عدم وجود فوارق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث حول فترات شراء ألعاب فيديو جديدة. وهو ما يلغي وجود تأثير لمتغير الجنس على فترات الشراء لدى العينة.

الجدول رقم (74): فترات ممارسة أفراد العينة لألعاب الفيديو، حسب متغير الجنس

فترات اللعب	جنس العينة				P
	ذكور		إناث		
	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	
1. يوميا	33	26.83	20	17.10	0.18
2. يوما بيوم	23	18.70	19	16.24	
3. مرة في الأسبوع	25	20.33	22	18.80	
4. مرة في الشهر	01	00.81	03	02.56	
5. في العطل والمناسبات	41	33.33	53	45.30	
المجموع	123	100	117	100	

تشير أرقام الجدول رقم (74) إلى أن الذين يمارسون ألعاب الفيديو في العطل والمناسبات يمثلون أكبر نسبة عند ذكور العينة وهي 33.33 بالمائة. ويأتي من يمارسونها يوميا في المركز الثاني ويمثلون نسبة 26.83 بالمائة من الذكور، يليهم من يمارسونها مرة في الأسبوع بنسبة 20.33 بالمائة ثم الذين

يمارسونها يوما بيوم بنسبة 18.70 بالمائة. و يلاحظ قلة من يمارسون ألعاب الفيديو مرة في الشهر إذ لا يمثلون سوى نسبة 0.81 بالمائة من ذكور العينة.

ولدى الإناث، نسجل تقاربا في كثير فئات عديدة مثل الذكور. فعلى غرار هؤلاء، تعد اللواتي تمارسن ألعاب الفيديو في العطل والمناسبات أكبر نسبة من إناث العينة حيث 45.30 بالمائة، متبوعات بمن تمارسنها مرة في الأسبوع بنسبة 18.80 بالمائة ثم اللواتي تمارسنها يوميا بنسبة 17.10 بالمائة فاللواتي تمارسنها يوما بيوم بنسبة 16.24 المائة. أخيرا تمثل الإناث التي تمارسن ألعاب الفيديو مرة في الشهر أضعف نسبة (2.56 بالمائة من مجموع إناث العينة) على غرار الذكور.

يظهر اختبار كا2 عدم وجود فوارق ذات دلالة إحصائية بين ذكور وإناث العينة بخصوص فترات الممارسة، وقد يكون مرد ذلك خضوع الجنسين إلى ذات الرقابة من الأولياء حول فترات اللعب.

ويمكن الاستنتاج هنا أن لا تأثير لمتغير الجنس في تحديد فترات اللعب لدى أفراد العينة.

الجدول رقم (75): أوقات ممارسة أفراد العينة لألعاب الفيديو، حسب متغير الجنس

أوقات اللعب	جنس العينة				P
	ذكور		إناث		
	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	
1. في الصباح	08	06.50	03	02.56	0.17
2. في المساء	46	37.40	43	36.74	
3. في الصباح والمساء	17	13.82	09	07.70	
4. في كل وقت	11	08.95	09	07.70	
5. بدون وقت محدد	41	33.33	53	45.30	
المجموع	123	100	117	100	

يظهر الجدول رقم (75) أن 33.33 بالمائة من ذكور العينة لا يملكون وقتا محددا لممارسة ألعاب الفيديو وهي الفئة الأكثر متبوعة بفئة من يمارسونها في المساء بنسبة 37.40 بالمائة ثم من يمارسونها في الصباح والمساء بنسبة 13.82 فالذين يمارسون ألعاب الفيديو في كل وقت بنسبة 08.95 بالمائة. أخيرا لا يمارس ألعاب الفيديو في الصبح سوى 6.50 بالمائة من ذكور العينة.

ويسجل لدى الإناث نتائج متقاربة نسبيا. فاللواتي يمارسن ألعاب الفيديو هن الأكثرية بنسبة 45.30 بالمائة من مجموع إناث العينة، متبوعات بمن يمارسنها في المساء بنسبة 36.74 بالمائة ثم من يمارسنها في الصباح والمساء و في كل وقت بنسبة 7.70 بالمائة لكليهما. أخيرا تمثل فئة من يمارسن ألعاب الفيديو في الصباح الأضعف على غرار ما هو حاصل مع الذكور وهذا بنسبة 02.56 بالمائة فقط.

ويظهر اختبار كا2 عدم وجود فوارق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث بخصوص أوقات اللعب، وقد يعود ذلك إلى خضوع العينة من الجنسين إلى ذات الالتزامات (الدراسية عادة) و الرقابة (من الأولياء عادة).

ويمكن الاستنتاج جراء ذلك أنْ لا تأثير لمتغير الجنس على أوقات اللعب لدى العينة.

الجدول رقم (76): مدة اللعب لأفراد العينة، حسب متغير الجنس

مدة اللعب	جنس العينة				P
	ذكور		إناث		
	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	
1. ساعة واحدة	39	31.71	47	40.17	0.13
2. ساعتان	33	26.83	28	23.93	
3. ثلاث ساعات	19	15.45	25	21.37	
4. أربع ساعات	11	08.94	04	03.42	
5. أكثر من أربع ساعات	21	17.07	13	11.11	
المجموع	123	100	117	100	

يمثل الذين يقضون ساعة في اليوم الذي يمارسون فيه ألعاب الفيديو أكبر فئة عند ذكور العينة بنسبة 31.71 بالمائة، حسب ما تظهره معطيات الجدول رقم (76). وتلي هذه الفئة من يلعبون لمدة ساعتين بنسبة 26.83 بالمائة ثم الذين يمارسونها لمدة تفوق أربع ساعات بنسبة 17.07 بالمائة فالذين يلعبون لمدة ثلاث ساعات بنسبة 15.45 وأخيرا الذين يمارسونها لمدة أربع ساعات بنسبة 08.94 بالمائة.

ويلاحظ تشابها في حجم الفئات عند إناث العينة. فعلى غرار الذكور تمثل اللواتي يمارسنها لمدة ساعة أكبر فئة بنسبة 40.17 بالمائة ثم اللواتي يمارسنها لمدة ساعتين بنسبة 23.93 بالمائة. ويسجل أن اللواتي تلعبن لمدة ثلاث ساعات تمثلن 21.73 بالمائة، متبوعات باللواتي تلعبن لمدة تفوق الأربع ساعات بنسبة 11.11 بالمائة وأخيرا من تلعبن لمدة أربع ساعات بنسبة 3.42 بالمائة.

ولا يظهر اختبار كا2 وجود أي فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث حول المدة التي يقضونها في اللعب في اليوم الذي يمارسون فيه ألعاب الفيديو. وهو ما يلغي وجود أي تأثير لمتغير الجنس في تحديد الحجم الساعي للممارسة.

الجدول رقم (77): شركاء أفراد العينة في ممارسة ألعاب الفيديو، حسب متغير الجنس

شركاء اللعب	جنس العينة				P
	ذكور		إناث		
	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	
1. لوحدي	27	21.95	26	22.22	**0.02**
2. مع صديق	27	21.95	18	15.39	
3. مع عدة أصدقاء	05	04.07	10	08.55	
4. مع أخ أو أخت	64	52.03	56	47.86	
5. مع الأم أو الأب	00	00	07	05.98	
المجموع	123	100	117	100	

يمارس 52.03 بالمائة من ذكور العينة ألعاب الفيديو مع أخ أو أخت، حسب ما يظهره الجدول رقم (77)، كما يلعب 21.95 بالمائة من الذكور لوحدهم، على غرار من يمارسونها مع صديق. ولا يمارس سوى 04.07 من ذكور العينة ألعاب الفيديو مع عدة أصدقاء، بينما لا يمارس أي واحد منهم اللعب مع الأم أو الأب.

وتتماثل النتائج نسبيا بالنسبة للإناث. فاللواتي يمارسن ألعاب الفيديو مع أخ أو أخت تمثلن 47.86 بالمائة، متبوعات بمن تمارسن اللعب لوحدهن بنسبة 15.39 بالمائة ثم اللواتي تمارسن مع عدة أصدقاء أو صديقات بنسبة 08.55 بالمائة. أخيرا تمثل اللواتي تمارسن اللعب مع الأم أو الأب نسبة 05.98 بالمائة من مجموع إناث العينة.

يبين اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث حول شركاء اللعب. لكن الأمر يمس بالدرجة الأولى ما تعلق منه باللعب مع الأم والأب وأيضا مع عدة أصدقاء. ويجد الأمر تفسيره في كون الإناث أكثر قربا من الوالدين من الذكور وبالتالي أكثر رغبة في اللعب معهما. كما أن الإناث يملن إلى اللعب الجماعي أكثر من الذكور الذين يميلون أكثر إلى اللعب مع أخ أو أخت أو مع صديق واحد. ومنه نستنتج أن لمتغير الجنس تأثير نسبي على تحديد شركاء اللعب.

الجدول رقم (78): الأماكن المفضلة للعب بالنسبة لأفراد العينة، حسب متغير الجنس

شركاء اللعب	جنس العينة				P
	ذكور		إناث		
	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	
1. في قاعة اللعب	22	17.89	11	09.40	0.17
2. في المنزل	98	79.67	102	87.18	
3. في منزل صديق	02	01.63	01	0.85	
4. في مكان آخر	01	0.81	03	02.57	
المجموع	123	100	117	100	

يظهر الجدول رقم (78) أن الذكور الذين يفضلون اللعب في المنزل هم أكثر الفئات بنسبة 79.67 بالمائة، يليهم من يحبون اللعب في قاعة اللعب بنسبة 17.89 بالمائة. أخيرا لا يمثل الذين يفضلون اللعب في منزل صديق سوى نسبة 01.63 بالمائة.

نفس الملاحظات تسجل لدى الإناث، حيث أن معظمهن يفضلن اللعب في المنزل وهن يمثلن 87.18 بالمائة من مجموع إناث العينة. وعلى غرار الذكور تأتي فئة من يفضلن اللعب في قاعة اللعب في المركز الثاني لكن بنسبة أقل وهي 09.40 بالمائة من مجموع الإناث. بالمقابل لا تمثل من يحببن اللعب في منزل صديقة سوى 0.85 بالمائة.

والمقصود بالأماكن الأخرى التي ذكرها الذكور والإناث (0.81 بالمائة و 02.57 بالمائة على التوالي) فهي قاعة الإنترنيت أو دور الشباب أو أماكن عمل أحد الوالدين.

يظهر اختبار كا2 عدم وجود فوارق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث حول تفضيل أماكن اللعب. وهذا لكون الجنسين في هذه الفترة العمرية يخضعان لنفس الضوابط ويحبون امتلاك حرية أكبر في الممارسة يتيحها المنزل بالدرجة الأولى.

ومنه ستنتج أن لا تأثير لمتغير الجنس على تحديد الأماكن المفضلة للعب لدى أفراد العينة.

الجدول رقم (79): تصرف العينة عند الخسارة، حسب متغير الجنس

التصرف عند الخسارة	جنس العينة				P
	ذكور		إناث		
	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	
1. التوقف عن اللعب	06	04.88	05	04.27	0.86
2. تكرار اللعب لبعض الوقت	20	16.26	22	18.80	
3. تكرار اللعب دون توقف حتى الفوز	97	78.86	90	76.92	
المجموع	123	100	117	100	

يظهر الجدول رقم (79)، أن الغالبية العظمى لذكور وإناث العينة يكررون اللعب دون توقف حتى الفوز عند خسارتهم في ألعاب الفيديو وهم يمثلون نسبتي 78.86 بالمائة بالنسبة للذكور و 76.92 بالمائة عند الإناث.

ويمثل تكرار اللعب لبعض الوقت ثاني أكثر خيارات الذكور والإناث عند الخسارة، حيث يلجأ إليه 16. 26 بالمائة من ذكور العينة و 18.80 بالمائة من إناث العينة. ويمثل التوقف اللعب خيار 04.88 بالمائة من الذكور 04.27 بالمائة من الإناث عند الخسارة.

ولم يبرز اختبار كا2 وجود أي فوارق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث حول التصرف عند العينة. ومبعث ذلك أن الرغبة في الفوز تكون متماثلة عند الذكور والإناث، والتقنيات المستخدمة في

الألعاب تحاول أن تجذب وتأسر جمهورا عريضا من الجنسين كما ورد ذكره في الفصل الخامس من الدراسة.

ومنه يمكن الاستنتاج بأن لا تأثير لمتغير الجنس على تصرفات العينة عند الخسارة.

المطلب الثالث : عادات ممارسة ألعاب الفيديو لدى العينة حسب متغير مكان الإقامة :

الجدول رقم (80): الآلات التي تستخدمها العينة في ممارسة ألعاب الفيديو، حسب متغير مكان الإقامة

آلات اللعب	ولايات إقامة العينة								P
	الجزائر		سطيف		وهران		ورقلة		
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	
الكومبيوتر	58	60.42	53	76.81	29	56.86	12	50.00	**0.03**
بلاي1	46	47.92	22	31.88	15	29.41	08	25.00	0.07
بلاي2	37	38.54	30	43.48	17	33.33	07	29.17	0.44
بلاي3	10	01.04	08	11.59	06	11.76	02	08.33	0.96
نينتاندو	11	11.46	12	17.39	07	13.73	04	16.67	0.72
إيكس.بوكس	12	12.50	07	10.14	02	03.92	00	00	0.13
آلات أخرى	22	22.92	40	57.97	15	29.41	04	16.67	**0.01**

يلاحظ من خلال الجدول رقم (80) أن الكومبيوتر هو الآلة الأكثر استخداما في ممارسة ألعاب الفيديو لدى أفراد العينة ومن الولايات الأربع. فالمعطيات تشير إلى أن 60.42 بالمائة من أفراد العينة المنتمين إلى الجزائر العاصمة يمارسون اللعب من خلال استخدام الكومبيوتر، و كذلك 76.81 بالمائة من المنتمين إلى سطيف و 56.86 بالمائة من المنتمين على وهران و 50.00 بالمائة من المنتمين إلى ورقلة.

وتأتي آلة بلاي1 (بلايستايشن 1) في المركز الثاني من حيث آلات اللعب الأكثر استخداما من قبل أفراد العينة العاصميين متقدمة بلاي2 (بلايستايشن 2) بنسبة 38.54 بالمائة و إيكس بوكس بنسبة 12.50 بالمائة و نينتاندو بنسبة 11.46 بالمائة وأخيرا بلاي3 (بلايستايشن 3) بنسبة 01.04 بالمائة.

بالمقابل تأتي عارضة التحكم بلاي2 في المركز الثاني من حيث الآلات الأكثر استخداما في ممارسة ألعاب الفيديو من قبل أفراد العينة المنتمين إلى ولاية سطيف بنسبة 43.48 بالمائة ثم بلاي1 31.88 بالمائة ثم نينتاندو بنسبة 17.39 بالمائة ثم بلاي3 بنسبة 11.59 بالمائة ثم إيكس بوكس بنسبة 10.14 بالمائة. وكانت هذه المعطيات متماثلة تقريبا مع معطيات العينة المنتمية إلى ولاية وهران. فقد شكلت بلاي2 الآلة الثانية الأكثر استخداما في ممارسة ألعاب الفيديو في هذه الأخيرة بنسبة 33.33 بالمائة ثم بلاي1 بنسبة 29.31 بالمائة ثم نينتاندو بنسبة 13.73 بالمائة ثم بلاي3 بنسبة 11.76 بالمائة وأخيرا إيكس بوكس بنسبة 03.92 بالمائة.

وبخصوص أفراد العينة المنتمين إلى ولاية ورقلة، فقد كانت بلاي2 أيضا الآلة الأكثر استخداما في ممارسة ألعاب الفيديو بنسبة 19.17 بالمائة ثم بلاي1 بنسبة 25.00 بالمائة ثم نينتاندو بنسبة 16.67 بالمائة ثم بلاي3 بنسبة 08.33 بالمائة وأخيرا لا أحد من أفراد العينة المنتمين إلى ورقلة يستخدم إيكس بوكس في اللعب.

وذكر 22.92 بالمائة من أفراد العينة المنتمين إلى الجزائر العاصمة و 57.97 بالمائة من المنتمين إلى سطيف و 29.41 بالمائة من المنتمين إلى وهران و 16.67 بالمائة من المنتمين إلى ورقلة آلت أخرى، الكثير منها بدائية كآلات "الغامبوي" أو الآلات المحمولة التي لا تحمل سوى لعبة واحدة وذات خيارات محدودة.

وعند استخدام اختبار كا2، سجل وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة من مختلف الولايات بخصوص استخدام جهاز الكومبيوتر و الآلات الأخرى، حيث يقل مقدار P في كليهما عن 0.05. وتظهر هذه النتائج أن استخدام جهاز الكومبيوتر في سطيف أكثر منه في بقية الولايات. وتفسير ذلك أن انتشار هاذين النوعين من الوسائل أكبر في سطيف التي تعد من أكثر الولايات من حيث تجارة التجهيزات الإلكترونية و المعلوماتية.

ومنه يمكن الاستنتاج بأن هنالك تأثيرا ولو جزئيا لمتغير مكان الإقامة على الآلات المستخدمة في اللعب من قبل العينة.

الجدول رقم (81): عدد الآلات التي تملكها العينة، حسب متغير مكان الإقامة

عدد آلات اللعب	ولايات إقامة العينة								P
	الجزائر		سطيف		وهران		ورقلة		
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	
آلة واحدة	38	39.58	16	23.19	27	52.94	15	62.50	**0.01**
آلتان	29	30.21	21	30.43	14	27.45	06	25.00	
ثلاث آلات	20	20.83	17	24.64	04	07.84	02	08.33	
أربع آلات	05	05.21	13	18.84	05	09.81	01	04.17	
خمس آلات	04	04.17	01	01.45	01	01.96	00	00	
ست آلات	00	00	01	01.45	00	00	00	00	
المجموع	96	100	69	100	51	100	24	100	

يظهر الجدول رقم (81) أن من يمتلكون آلة لعب واحدة هم الأكثرية ضمن أفراد العينة المنتمين إلى ولايات الجزائر العاصمة و وهران و ورقلة. فهؤلاء يمثلون 39.58 بالمائة من الذين ينتمون إلى الجزائر و 52.94 بالمائة من الذين ينتمون إلى وهران و 62.50 بالمائة من الذين ينتمون إلى ورقلة، بينما لا يمثلون سوى 23.19 بالمائة من الذين ينتمون إلى سطيف وراء من يملكون آلتين (30.43 بالمائة) و ثلاث آلات (24.64 بالمائة).

ويأتي من يمتلكون آلتين في المركز الثاني في ولايات الجزائر و وهران و ورقلة بنسب 30.21 بالمائة و 27.45 بالمائة و 25.00 بالمائة على التوالي. ويأتي من يمتلكون ثلاث آلات في المركز الثالث

في الجزائر و ورقلة بنسبتي 20.83 بالمائة و 08.33 بالمائة على التوالي و في المركز الثاني في سطيف بنسبة 24.64 بالمائة و المركز الرابع في وهران بنسبة 07.84 بالمائة وراء من يملكون أربع آلات (09.81 بالمائة) في هذه الولاية.

وعلى ذكر من يملكون أربع آلات فهم يشكلون الفئة الرابعة ضمن أفراد العينة المنتمين إلى الجزائر (05.21 بالمائة) و سطيف (18.84 بالمائة) و ورقلة (04.17 بالمائة).

ويلا يمتلك سوى 04.17 بالمائة من المبحوثين المنتمين إلى الجزائر العاصمة و 01.45 بالمائة من المنتمين إلى سطيف و 01.96 بالمائة من المنتمين إلى وهران خمس آلات لعب. ويمتلك 01.45 بالمائة من أفراد العينة المنتمين إلى سطيف ست آلات اللعب. ولا يملك أي فرد من أفراد العينة المنتمين إلى الجزائر و وهران و ورقلة ست آلات لعب.

يظهر اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة من الولايات الأربعة بخصوص عدد آلات اللعب الممتلكة. والاختلاف يخص بالدرجة الأولى امتلاك آلة واحدة وثلاث آلات وأربع آلات. ففي ولايتي وهران ورقلة يوجد أكبر عدد ممن يمتلكون آلة واحدة. بالمقابل، يوجد في سطيف والجزائر العاصمة أكبر عدد ممن يمتلكون ثلاث آلات. وفي سطيف يوجد أكبر عدد ممن يمتلكون أربع آلات. والتفسير المقدم في الجدول السابق ذاته ينطبق على معطيات هذا الجدول، حيث تعد سطيف مركز تجارة التجهيزات الإلكترونية والمعلوماتية لذا نسبة امتلاك آلات اللعب أكبر فيها مقارنة ببقية الولايات، خصوصا ولايتي وهران و ورقلة.

ومنه نستنتج أن لمتغير مكان الإقامة تأثير على عدد آلات اللعب الممتلكة.

الجدول رقم (82): أنواع الألعاب المفضلة لدى العينة، حسب متغير مكان الإقامة

أنواع الألعاب	ولايات إقامة العينة								P
	الجزائر		سطيف		وهران		ورقلة		
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	
المغامرات	180	47.00	129	46.74	114	55.61	65	67.71	0.46
القتال	32	08.36	20	07.25	14	06.83	11	11.46	
الرمي	10	02.61	06	02.17	03	01.46	01	01.04	
المحاكاة الواقعية	86	22.46	35	12.68	40	19.51	11	11.46	
المحاكاة الرياضية	50	13.05	66	23.91	29	14.15	07	07.29	
المغامرات والتفكير	02	00.52	02	00.73	00	00	00	00	
إستراتيجية اقتصادية	01	00.26	00	00	00	00	00	00	
إستراتيجية عسكرية	03	00.78	05	01.81	00	00	01	01.04	
الألعاب التقليدية	17	04.44	10	03.62	04	01.95	00	00	
ألعاب مجهولة	02	00.52	03	01.09	01	00.49	00	00	
المجموع	383	100	276	100	205	100	96	100	

يلاحظ من خلال الجدول رقم (82) أن ألعاب المغامرات هي أكثر أنواع ألعاب الفيديو المفضلة لدى أفراد العينة ومن الولايات الأربع، حيث نالت 47.00 بالمائة و 46.74 بالمائة و 55.61 بالمائة و 67.71 بالمائة على التوالي من خياراتهم.

وحلت ألعاب المحاكاة الواقعية في المركز الثاني لدى أفراد العينة المنتمين إلى ولايات الجزائر (22.46 بالمائة) و وهران (19.51 بالمائة) و ورقلة (11.46 بالمائة)، بينما حلت في المركز الثالث بالنسبة للمبحوثين المنتمين إلى سطيف بنسبة 12.68 بالمائة وراء ألعاب المحاكاة الواقعية التي اختارها 23.91 بالمائة من أفراد العينة في هذه الولاية.

وحلت ألعاب المحاكاة الرياضية في المركز الثالث من حيث الألعاب المفضلة لأفراد العينة المنتمين إلى الجزائر و وهران بنسبتي 13.05 بالمائة و 14.15 بالمائة على التوالي وفي المركز الثاني بالنسبة لولاية سطيف (23.91 بالمائة) والرابع بالنسبة لولاية ورقلة (07.29) بعد أن تقاسمت ألعاب المحاكاة الواقعية وألعاب القتال المركز الثاني بذات النسبة (11.46 بالمائة) في هذه الولاية. وتعد ألعاب القتال رابع أكثر أنواع ألعاب الفيديو المفضلة لدى أفراد العينة المنتمين إلى ولايات الجزائر و سطيف و وهران بنسب 08.36 بالمائة و 07.25 بالمائة و 06.83 بالمائة على التوالي. وجاءت الألعاب التقليدية في المركز الخامس بالنسبة للمبحوثين المنتمين إلى الجزائر و سطيف و وهران بنسب 04.14 بالمائة و03.62 بالمائة و01.95 بالمائة على التوالي متقدمة ألعاب الرمي بنسب 02.61 بالمائة و 02.17 بالمائة و 01.46 بالمائة على التوالي.

ونالت بقية أنواع الألعاب نسبا ضئيلة من خيارات أفراد العينة وأحيانا معدومة، حيث لا يمارسها أحد.

يظهر اختبار كا2 عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة من الولايات الأربع، مما يعني أنهم يفضلون نفس أنواع ألعاب الفيديو على العموم. ومنه نستنتج أن لا تأثير لمتغير مكان الإقامة على أنواع ألعاب الفيديو المفضلة لدى العينة.

الجدول رقم (83): عدد الألعاب التي تملكها العينة، حسب متغير مكان الإقامة

عدد الألعاب	ولايات إقامة العينة								P
	الجزائر		سطيف		وهران		ورقلة		
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	
من 4 إلى 10	50	52.08	17	24.64	23	45.10	17	70.84	**0.005**
من 11 إلى 20	27	28.13	08	11.59	10	19.61	02	08.33	
من 21 إلى 30	03	03.12	03	04.35	04	07.84	03	12.50	
أكثر من 30	16	16.67	41	59.42	14	27.45	02	08.33	
المجموع	96	100	69	100	51	100	24	100	

يظهر الجدول رقم (83) أن يمن يمتلكون من 4 إلى 10 ألعاب هم الأكثرية ضمن أفراد العينة المنتمين إلى ولايات الجزائر و وهران و ورقلة بنسب 52.08 بالمائة و 45.10 بالمائة و 70.84 بالمائة على التوالي. وتتباين المعطيات بالنسبة لبقية الفئات. فمن يمتلكون أكثر من 30 لعبة هم الأكثرية بالنسبة للمبحوثين من سطيف بنسبة 59.42 بالمائة، وهم ثاني أكثر فئة بالنسبة للمبحوثين من وهران بنسبة 27.45 بالمائة بينما لا يشكلون سوى 16.67 بالمائة من المنتمين إلى الجزائر و 08.33 بالمائة من المنتمين إلى ورقلة.

ويأتي من يمتلكون من 11 إلى 20 لعبة في المركز الثاني بالنسبة للمنتمين إلى الجزائر بنسبة 28.13 بالمائة و في المركز الثالث بالنسبة للمنتمين إلى سطيف و وهران و ورقلة بنسب 11.59 بالمائة و 19.61 بالمائة و 08.33 بالمائة على التوالي. ويأتي من يمتلكون من 21 إلى 30 لعبة في المركز الرابع بالنسبة للمنتمين إلى الجزائر و سطيف و وهران بنسب 03.12 بالمائة و 04.35 بالمائة و 07.84 بالمائة على التوالي، وفي المركز الثاني بالنسبة للمنتمين إلى ورقلة بنسبة 12.50 بالمائة.

يظهر اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة من الولايات الأربع من حيث عدد الألعاب الممتلكة. فولاية سطيف كما ورد ذكره في القراءة الكمية لهذا الجدول هي التي تحوي أكبر عدد من أفراد العينة الذين يمتلكون أكثر من 30 لعبة. بينما يوجد في الولايات الأخرى أكبر عدد من أفراد العينة الذين يمتلكون من 4 إلى 10 ألعاب. والسبب يعود إلى ما ذكرناه في الجدولين (80) و (81)، حيث أن سطيف هي مركز التجهيزات الإلكترونية والمعلوماتية ومن ثم البرامج المرافقة ومنها ألعاب الفيديو.

ومنه نستنتج أن لمتغير مكان الإقامة تأثير على عدد الألعاب الممتلكة.

الجدول رقم (84): كيفية اقتناء العينة لألعاب الفيديو، حسب متغير مكان الإقامة

طرق اقتناء الألعاب	ولايات إقامة العينة								P
	الجزائر		سطيف		وهران		ورقلة		
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	
الشراء	96	100	69	100	51	100	24	100	**ثبات**
الاستعارة	32	33.33	27	39.13	18	35.29	06	25.00	0.64
التحميل من الإنترنيت	02	02.08	03	04.35	02	03.92	01	04.17	0.85
الاستنساخ	00	00	00	00	00	00	00	00	**ثبات**

تلجأ كل العينة ومن الولايات الأربع إلى اقتناء ألعاب الفيديو من خلال الشراء (100 بالمائة)، حسب ما يظهره الجدول رقم (84). وتمثل الاستعارة الكيفية الثانية الأكثر استعمالا من العينة في اقتناء ألعاب الفيديو بنسب 33.33 بالمائة و 39.13 بالمائة و 35.29 بالمائة و 25.00 بالمائة على التوالي. ولا يلجأ سوى 02.08 بالمائة من أفراد العينة المنتمين إلى الجزائر و 04.35 بالمائة من المنتمين إلى سطيف

و 03.92 بالمائة من المنتمين إلى وهران و 04.17 بالمائة من المنتمين إلى ورقلة إلى التحميل من الإنترنيت من أجل اقتناء ألعاب فيديو جديدة. ويظهر الجدول بأن لا أحد من العينة يلجأ إلى الاستنساخ في اقتناء ألعاب الفيديو.

يظهر اختبار كا2 عد وجود فوارق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة من الولايات الأربع في طرق اقتناء ألعاب فيديو جديدة. ومنه نستنتج أن لا تأثير لمتغير ولاية الإقامة على كيفية اقتناء ألعاب الفيديو.

الجدول رقم (85): فترة شراء أفراد العينة لألعاب فيديو جديدة، حسب متغير مكان الإقامة

فترات شراء ألعاب جديدة	ولايات إقامة العينة								P
	الجزائر		سطيف		وهران		ورقلة		
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	
1. مرة في الأسبوع	13	13.54	20	28.98	06	11.76	03	12.50	0.21
2. مرة في الشهر	09	09.38	11	15.94	06	11.76	02	08.33	
3. مرة كل شهرين	06	06.25	02	02.90	01	01.96	01	04.17	
4. مرة كل 3 أشهر	12	12.50	06	08.70	04	07.85	02	08.33	
5. في المناسبات	56	58.33	30	43.48	34	66.67	16	66.67	
المجموع	96	100	69	100	51	100	24	100	

يظهر الجدول رقم (85) أن الذين يشترون ألعاب الفيديو في المناسبات هم الأكثرية ضمن العينة ومن الولايات الأربع بنسب 58.33 بالمائة و 43.48 المائة و 66.67 بالمائة و 66.67 بالمائة أيضا على التوالي. ويأتي من يقتنون ألعاب الفيديو مرة في الأسبوع في المركز الثاني بنسب 13.54 بالمائة و 28.98 بالمائة و 11.76 بالمائة و 12.50 بالمائة على التوالي. ويأتي بعدها من يقتنون ألعاب الفيديو مرة كل ثلاثة أشهر بالنسبة للمبحوثين المنتمين إلى الجزائر (12.50 بالمائة) و ورقلة (08.33 بالمائة)، بينما لا يمثلون سوى الفئة الرابعة للمنتمين إلى سطيف (08.70 بالمائة) و وهران (07.67 بالمائة).

ويعد من يشترون ألعابا جديدة مرة في الشهر الفئة الرابعة بالنسبة للمبحوثين العاصميين بنسبة 09.38 بالمائة والثالثة بالنسبة للمنتمين إلى سطيف (15.94 بالمائة) والثانية للمنتمين إلى وهران (11.76 بالمائة) والثالثة بالنسبة للمنتمين إلى ورقلة (08.33 بالمائة).

ويعد من يشترون ألعابا جديدة مرة كل شهرين الفئات الأقل ضمن العينة في الولايات الأربع بنسب 06.25 بالمائة و 02.90 بالمائة و 01.96 بالمائة و 04.17 بالمائة.

يظهر اختبار كا2 عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة من الولايات الأربع حول

فترات شراء ألعاب فيديو جديدة، وهذا يظهر تماثلا في العادات، حيث عادة ما تشكل المناسبات الفرص المثلى للحصول على أموال من أجل اقتناء ألعاب فيديو جديدة أو الحصول عليها كهدايا.

ومن ثم يمكن الاستنتاج أن لا تأثير لمتغير ولاية الإقامة على فترات شراء ألعاب فيديو جديدة من قبل أفراد العينة.

الجدول رقم (86): فترات ممارسة أفراد العينة لألعاب الفيديو، حسب متغير مكان الإقامة

فترات الممارسة	ولايات إقامة العينة								P
	الجزائر		سطيف		وهران		ورقلة		
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	
يوميا	21	21.88	18	26.09	09	17.65	05	20.83	0.39
يوما بيوم	14	14.58	16	23.19	10	19.61	02	08.33	
مرة في الأسبوع	22	22.92	09	13.04	12	23.53	04	16.67	
مرة في الشهر	00	00	02	02.90	02	03.92	00	00	
في العطل والمناسبات	39	40.62	24	34.78	18	35.29	13	54.17	
المجموع	96	100	69	100	51	100	24	100	

يظهر الجدول رقم (86) أن الذين يمارسون ألعاب الفيديو في العطل والمناسبات هم الذين يشكلون الأكثرية ضمن أفراد العينة في الولايات الأربع بنسب 40.62 بالمائة للجزائر العاصمة و 34.78 بالمائة لسطيف و 35.29 بالمائة لوهران و 54.17 بالمائة لورقلة. وشكل من يمارسونها مرة في الأسبوع الفئة الثانية في الجزائر العاصمة ووهران بنسبتي 22.92 بالمائة للأولى و 23.53 بالمائة للثانية. بالمقابل يشكل من يمارسون اللعب يوميا الفئة الثانية في ولايتي سطيف و ورقلة بنسبتي 26.09 بالمائة و 20.83 بالمائة. ويأتي من يمارسون الألعاب يوما بيوم في المركز الثالث في الجزائر العاصمة (14.58 بالمائة) وراء من يمارسونها يوميا (21.88 بالمائة)، في حين لا أحد من أفراد العينة بالجزائر العاصمة يمارس ألعاب الفيديو مرة في الشهر. ولدى أفراد العينة من ولاية سطيف يأتي من يمارسون اللعب يوما بيوم في المركز الثالث بنسبة 23.19 بالمائة، يليهم من يمارسونها مرة في الأسبوع بنسبة 13.04 بالمائة وأخيرا من يمارسونها مرة في الشهر بنسبة 02.90 بالمائة. ولدى المبحوثين من ولاية وهران يلاحظ أن من يمارسون اللعب يوما بيوم هم الفئة الثالثة بنسبة 19.61 بالمائة يليهم من يمارسونها يوميا بنسبة 17.65 بالمائة وأخيرا من يمارسونها مرة في الشهر بنسبة 03.92 بالمائة. أخيرا يعد من يمارس ألعاب الفيديو مرة في الأسبوع الفئة الثالثة عند المبحوثين من ولاية وهران بنسبة 16.67 بالمائة يليهم من يمارسونها يوما بيوم بنسبة 08.33 بالمائة. ولا يمارس أي من أفراد العينة من هذه الولاية اللعب مرة في الشهر.

يظهر اختبار كا2 عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة من الولايات الأربع بخصوص فترات ممارسة ألعاب الفيديو. وهذا يدل على نفس القيود والضوابط والالتزامات تحكم أفراد العينة من الولايات الأربع بخصوص أوقات الممارسة، في هذه الفترة العمرية.

ومنه نستنتج أن لا تأثير لمتغير ولاية الإقامة على فترات الممارسة.

الجدول رقم (87): أوقات ممارسة أفراد العينة لألعاب الفيديو، حسب متغير مكان الإقامة

أوقات الممارسة	ولايات إقامة العينة								P
	الجزائر		سطيف		وهران		ورقلة		
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	
في الصباح	05	05.21	05	07.25	00	00	01	04.17	**0.02**
في المساء	30	31.25	37	53.62	16	31.37	06	25.00	
في الصباح والمساء	13	13.54	03	04.35	06	11.77	04	16.67	
في كل وقت	09	09.38	07	10.14	02	03.92	02	08.33	
بدون وقت محدد	39	40.62	17	24.64	27	52.94	11	45.83	
المجموع	96	100	69	100	51	100	24	100	

يعد من يمارسون ألعاب الفيديو بدون وقت محدد الأكثرية بالنسبة لأفراد العينة من ولايات الجزائر و وهران و ورقلة بنسب 40.62 بالمائة و 52.94 بالمائة و 45.83 بالمائة على التوالي، حسب ما يظهره الجدول رقم (87). ويأتي من يمارسونها في المساء في المركز الأول بالنسبة للمبحوثين من ولاية سطيف بنسبة 53.62 بالمائة و في المركز الثاني بالنسبة لولايات الجزائر و وهران و ورقلة بنسب 31.25 بالمائة و 31.37 بالمائة و 25.00 بالمائة على التوالي. ويأتي من يمارسونها في الصباح والمساء في المركز الثالث في ولايات الجزائر و وهران و ورقلة بنسب 13.54 بالمائة و 11.77 بالمائة و 16.67 بالمائة على التوالي. بالمقابل يشكل من يمارسون اللعب في كل وقت الفئة الثالثة لدى المبحوثين من سطيف بنسبة 10.14 بالمائة وراء من يمارسونها بدون وقت محدد بنسبة 24.64 بالمائة.

ويسجل أن من يمارسون اللعب في الصبح هم الأقلية عند المبحوثين العاصميين بنسبة 05.21 بالمائة وراء من يمارسونها في كل وقت بنسبة 09.38 بالمائة. وهم يشكلون أيضا الأقلية في ولايتي ورقلة بنسبة 04.17 بالمائة وراء من يمارسونها في كل وقت بنسبة 08.33 بالمائة، بينما لا أحد من وهران يمارس اللعب في الصباح.

وفي ولاية سطيف يعد من يمارسون اللعب في الصباح والمساء الأقلية بنسبة 04.35 بالمائة. أما الأقلية عند المبحوثين من ولاية وهران فهم من يمارسون اللعب في كل وقت بنسبة 03.92 بالمائة.

يظهر اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة من الولايات الأربع حول أوقات الممارسة. وتمس الفروق بالدرجة الأولى الفترة المسائية، حيث تعد الفترة المفضلة لدى أفراد العينة من ولاية سطيف، بينما أكد أفراد العينة من بقية الولايات عدم وجود وقت محدد للممارسة لديهم.

ومنه نستنتج وجود تأثير لمتغير مكان الإقامة على أوقات الممارسة.

الجدول رقم (88): مدة اللعب لأفراد العينة، حسب متغير مكان الإقامة

مدة اللعب	ولايات إقامة العينة								P
	الجزائر		سطيف		وهران		ورقلة		
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	
ساعة واحدة	30	31.25	27	39.13	20	39.21	09	37.50	0.78
ساعتان	27	28.12	18	26.09	11	21.57	05	20.83	
ثلاث ساعات	23	23.96	07	10.14	09	17.65	05	20.83	
أربع ساعات	04	04.17	06	08.70	03	05.88	02	08.33	
أكثر من أربع ساعات	12	12.50	11	15.94	08	15.69	03	12.50	
المجموع	96	100	69	100	51	100	24	100	

تظهر معطيات الجدول رقم (88) أن من يلعبون لمدة ساعة واحدة في يوم ممارستهم لألعاب الفيديو هم الأكثرية في العينة ومن الولايات الأربع بنسب 31.25 بالمائة للجزائر و 39.13 بالمائة لسطيف و 39.21 بالمائة لوهران 39.21 بالمائة و 37.50 بالمائة لورقلة. ويأتي من يمارسون اللعب لمدة ساعتين في المركز الثاني بنسب 28.12 بالمائة و 26.09 بالمائة و 21.57 بالمائة و 20.83 بالمائة على التوالي.

وتتباين بعدها مراكز بقية الفئات، حيث يعد من يمارسون اللعب لمدة ثلاث ساعات الفئة الثالثة لدى المبحوثين من الجزائر بنسبة 23.96 بالمائة متبوعين بمن يمارسون اللعب لأكثر من أربع ساعات بنسبة 12.50 بالمائة وأخيرا من يمارسون اللعب لأربع ساعات بنسبة 04.17 بالمائة.

ولدى المبحوثين من ولاية سطيف، يشكل من يمارسون اللعب لأكثر من أربع ساعات الفئة الثالثة بنسبة 15.94 بالمائة متقدمة من يمارسون اللعب لثلاث ساعات (10.14 بالمائة) و من يمارسون اللعب لأربع ساعات (08.70 بالمائة). ولدى أفراد العينة من ولاية وهران يأتي من يمارسون اللعب لثلاث ساعات في اليوم الواحد في المركز الثالث بنسبة 17.65 بالمائة يليهم من يمارسون اللعب لأكثر من أربع ساعات (15.69 بالمائة) و أخيرا من يمارسون اللعب لأربع ساعات (05.88 بالمائة). ولدى أفراد العينة من ولاية ورقلة يتساوى من يمارسون اللعب لساعتين وثلاث ساعات بنسبة 20.83 بالمائة متبوعين بمن يمارسون اللعب لمدة تفوق الأربع ساعات بنسبة 12.50 بالمائة وأخيرا من يمارسون اللعب لمدة أربع ساعات (08.33 بالمائة).

يظهر اختبار كا2 عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة من الولايات الأربع بخصوص الحجم الساعي لممارسة ألعاب الفيديو في اليوم الواحد (مرتبط بفترات الممارسة). وهذا قد يعود لخضوع أفراد العينة لنفس النوع من القيود (رقابة الأولياء عادة) أو الالتزامات (الدراسية عادة).

ومنه نستنتج أن لا تأثير لمتغير ولاية الإقامة على الحجم الساعي لممارسة ألعاب الفيديو في اليوم الواحد.

الجدول رقم (89): شركاء أفراد العينة في ممارسة ألعاب الفيديو، حسب متغير مكان الإقامة

شركاء اللعب	ولايات إقامة العينة								P
	الجزائر		سطيف		وهران		ورقلة		
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	
لوحدي	28	29.17	07	10.14	12	23.53	06	25.00	**0.02**
مع صديق	24	25.00	11	15.94	06	11.76	04	16.67	
مع عدة أصدقاء	06	06.25	02	02.90	06	11.76	01	04.17	
مع أخي أو أختي	35	36.46	46	66.67	26	50.98	13	54.16	
مع أمي أو أبي	03	03.12	03	04.35	01	01.96	00	00	
المجموع	96	100	69	100	51	100	24	100	

يظهر الجدول رقم (89) أن من يفضلون ممارسة ألعاب الفيديو مع أخ أو أخت هم الأكثرية لدى أفراد العينة من الولايات الأربع بنسب 36.46 بالمائة (الجزائر) و 66.67 بالمائة (سطيف) و 50.98 بالمائة (وهران) و 54.16 بالمائة (ورقلة) على التوالي. ويأتي من يحبون ممارسة اللعب لوحدهم في المركز الثاني بالنسبة لولايات الجزائر و وهران و ورقلة بنسب 29.17 بالمائة و 23.53 بالمائة و 25.00 بالمائة على التوالي، بينما يأتي من يحبون اللعب مع صديق في المركز الثاني بالنسبة لأفراد العينة من ولاية سطيف بنسبة 15.94 بالمائة متقدمين من يحبون ممارسة اللعب لوحدهم (10.14 بالمائة). ويأتي من يحبون اللعب مع صديق في المركز الثالث بالنسبة للمبحوثين من ولايات الجزائر و وهران و ورقلة بنسب 25.00 بالمائة و 11.76 بالمائة و 16.67 بالمائة على التوالي مع الإشارة مع أن هؤلاء يتقاسمون المركز الثالث مع من يمارسون اللعب مع عدة أصدقاء في عند المبحوثين من ولاية وهران. ويلاحظ أن من يحبون اللعب مع الأم أو الأب يعدون الأقلية عند المبحوثين من ولايات الجزائر و وهران و ورقلة بنسب 03.12 بالمائة و 01.96 بالمائة و 00 بالمائة على التوالي.

ويظهر اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة من الولايات الأربع بخصوص شركاء اللعب. والفوارق موجودة بالخصوص بين العاصميين وسكان الولايات الثلاث الأخرى

حول الممارسة مع أخ أو أخت ومع صديق. ولعل ذلك يعود إلى أن الروابط الأسرية أكبر في الولايات المذكورة مقارنة بالجزائر العاصمة.

ومنه نستنتج أن لمتغير ولاية الإقامة تأثير ولو طفيف على شركاء اللعب لدى أفراد العينة.

الجدول رقم (90): الأماكن المفضلة للعب بالنسبة لأفراد العينة، حسب متغير مكان الإقامة

شركاء اللعب	ولايات إقامة العينة								P
	الجزائر		سطيف		وهران		ورقلة		
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	
1.قاعة اللعب	13	13.54	08	11.59	08	15.69	04	16.67	0.92
2. البيت	80	83.33	60	86.96	41	80.39	19	79.16	
3.بيت صديق	02	02.08	00	00	01	01.96	00	00	
4. مكان آخر	01	01.04	01	01.45	01	01.96	01	04.17	
المجموع	96	100	69	100	51	100	24	100	

يظهر الجدول رقم (90) أن الأغلبية الساحقة من أفراد العينة ومن الولايات الأربع يفضلون ممارسة ألعاب الفيديو في البيت بنسب 83.33 بالمائة و 86.96 بالمائة و 80.39 بالمائة و 79.16 بالمائة على التوالي. ويأتي من يحبون ممارسة اللعب في قاعة اللعب في المركز الثاني وفي الولايات الأربع بنسب 13.54 بالمائة و 11.59 بالمائة و 15.69 بالمائة و 16.67 بالمائة على التوالي. ثم يليهم من يحبون ممارسة اللعب في بيت صديق عند المبحوثين من الجزائر العاصمة ومن وهران بنسبتي 02.08 بالمائة و 01.96 بالمائة على التوالي، علما أن لا أحد من أفراد العينة من سطيف ومن ورقلة يحب اللعب في بيت صديق. أما الأمكنة الأخرى فيحب 01.04 بالمائة من المبحوثين من الجزائر العاصمة و 01.45 بالمائة من سطيف و 01.96 بالمائة من وهران و 04.17 بالمائة من ورقلة ممارسة اللعب فيها. والمقصود بالأمكنة الأخرى المذكورة من قبل العينة فهي المدرسة و قاعة الإنترنيت و النوادي.

يظهر اختبار كا2 عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة من الولايات الأربع. ومرد ذلك مرتبط بتماثل الظروف والعادات عموما.

ومنه نستنتج أن لا تأثير لمتغير ولاية الإقامة على تفضيلات أماكن اللعب بالنسبة لأفراد العينة.

الجدول رقم (91): تصرف العينة عند الخسارة، حسب متغير مكان الإقامة

تصرف العينة	ولايات إقامة العينة								P
	الجزائر		سطيف		وهران		ورقلة		
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	
التوقف عن اللعب	08	08.33	01	01.45	01	01.96	01	04.17	0.86
تكرار اللعب قليلا	22	22.92	10	14.49	05	09.80	05	20.83	
تكرار اللعب حتى الفوز	66	68.75	58	84.06	45	88.24	18	75.00	
المجموع	96	100	69	100	51	100	24	100	

يشكل من يكررون اللعب حتى الفوز عند الخسارة، الأكثرية من بين أفراد العينة في الولايات الأربع بنسب 68.75 بالمائة و 84.06 بالمائة و 88.24 بالمائة و 75.00 بالمائة على التوالي، حسب ما يظهره الجدول رقم (91). ويتقدم هؤلاء من يكررون اللعب لبعض الوقت والذين يمثلون 22.92 بالمائة من المبحوثين من الجزائر و 14.49 بالمائة من سطيف و 09.80 بالمائة من وهران و 20.83 بالمائة من ورقلة. أخيرا يمثل من يتوقفون عن اللعب عند الخسارة الأقلية بنسب 08.33 بالمائة و 01.45 بالمائة و 01.96 بالمائة و 04.17 بالمائة على التوالي.

يظهر اختبار كا2 أن لا وجود لفروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة من الولايات الأربع بخصوص تصرفهم عند الخسارة، فمعظمهم يكررون اللعب حتى الفوز، لأنهم ينجذبون بنفس الطريقة لخصوصيات ألعاب الفيديو.

ومنه نستنتج أن لا تأثير لمتغير ولاية الإقامة على تصرفات العينة عند الخسارة.

المطلب الرابع : عادات ممارسة ألعاب الفيديو لدى العينة حسب متغير المستوى المعيشي :

الجدول رقم (92): الآلات التي تستخدمها العينة في ممارسة ألعاب الفيديو، حسب متغير المستوى المعيشي

الآلات	المستوى المعيشي						P
	تحت المتوسط		متوسط		فوق المتوسط		
	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	
الكومبيوتر	43	55.13	54	65.85	55	68.75	0.17
بلاي1	34	43.59	26	31.71	31	38.75	0.29
بلاي2	20	25.64	33	40.24	38	47.50	**0.01**
بلاي3	08	10.26	09	10.98	09	11.25	0.97
نينتاندو	06	07.69	14	10.07	14	17.50	0.13
إيكس بوكس	03	03.85	07	08.54	11	13.75	0.08
آلات أخرى	22	28.21	27	32.93	32	40.00	0.36

يظهر الجدول رقم (92) أن الكومبيوتر هو أكثر الآلات المستخدمة لدى الفئات الثلاث، في ممارسة ألعاب الفيديو. فالكومبيوتر مستخدم من قبل 55.13 بالمائة من أصحاب المستوى المعيشي تحت المتوسط و من 65.85 بالمائة من أصحاب المستوى المتوسط ومن 68.75 بالمائة من أصحاب المستوى فوق المتوسط.

وإذا كانت آلة بلايستايشن 1 (بلاي1) هي ثاني أكثر الآلات المستخدمة من قبل أصحاب المستوى تحت المتوسط، لكونها الأقل ثمنا قياسا بالآلات الأخرى، حيث يستخدمها 43.59 بالمائة منهم، فإنها تحتل المركز الثالث عند أصحاب المستويين المتوسط وفوق المتوسط بنسب 31.71 بالمائة و 38.75 بالمائة على التوالي، حيث يستخدمون أكثر جهاز بلايستايشن 2 (بلاي2)، إذ ذكره 40.24 بالمائة من متوسطي المستوى المعيشي في العينة و 47.50 بالمائة من أصحاب فئة فوق المتوسط.

ولا يستخدم هذه العارضة (بلاي2) سوى 25.64 بالمائة من أصحاب المستوى تحت المتوسط، وهي بذلك ثالث أكثر الآلات المستخدمة من قبل هذه الفئة، متبوعة بآلة بلايستايشن 3 (بلاي3) بنسبة 10.26 بالمائة ثم نينتاندو بنسبة 07.69 بالمائة ثم إيكس بوكس ب03.85 بالمائة.

أما عند فئة المتوسطي المستوى المعيشي، فقد حلت آلة بلاي3 في المركز الرابع بنسبة 10.98 بالمائة متبوعة بآلة نينتاندو بنسبة 10.07 بالمائة و إيكس بوكس بنسبة 08.54 بالمائة.

ولدى فئة فوق المتوسط من حيث المستوى المعيشي، فقد حلت نينتاندو في المركز الرابع بنسبة 17.50 بالمائة ثم إيكس بوكس بنسبة 13.75 بالمائة وأخير بلاي3 بنسبة 11.25 بالمائة.

وذكر 28.21 بالمائة من فئة تحت المتوسط و 32.93 بالمائة من فئة المتوسط و 40.00 بالمائة من فئة فوق المتوسط آلات أخرى، الكثير منها بدائية كآلات "الغامبوي" أو الآلات المحمولة التي لا تحمل سوى لعبة واحدة وذات خيارات محدودة.

ويظهر اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أصحاب المستويات المعيشية الثلاث فيما يخص امتلاك آلة بلايستايشن 2، حيث تتقارب نسبة امتلاكها بالنسبة لأصحاب المستويين المعيشيين المتوسط وفوق المتوسط وهي نسبة أعلى مقارنة بمن يملكونها من أصحاب المستوى تحت المتوسط. ومرد ذلك غلاء ثمن هذه الآلة نسبيا مقارنة بالجيل الأول منها. غير أن المفاجئ هو عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أصحاب المستويات المعيشية في امتلاك آلة بلايستايشن 3 رغم غلائها الكبير. غير أن النسبة القليلة لمن يمتلكونها قد تؤشر أنه تم الحصول عليها كهدية ربما.

ومنه نستنتج أن لمتغير المستوى المعيشي تأثيرا على نوع آلات اللعب الممتلكة.

الجدول رقم (93): علاقة امتلاك عدد آلات اللعب مع المستوى المعيشي

عدد آلات اللعب	المستوى المعيشي						P
	تحت المتوسط		متوسط		فوق المتوسط		
	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	
آلة واحدة	42	53.85	29	35.36	25	31.25	**0.01**
آلتان	20	25.64	26	31.71	24	30.00	
ثلاث آلات	10	12.82	21	25.61	12	15.00	
أربع آلات	5	06.41	5	06.10	14	17.50	
خمس آلات	1	01.28	1	01.22	04	05.00	
ست آلات	0	0	0	0	01	01.25	
المجموع	78	100	82	100	80	100	

يظهر الجدول رقم (93) أن نسبة من يمتلكون آلة لعب واحدة هم الأكثرية ضمن المستويات المعيشية الثلاثة، حيث يمثلون 53.85 بالمائة من أصحاب المستوى تحت المتوسط، و35.36 بالمائة من أصحاب المستوى المتوسط، و 31.25 بالمائة من أصحاب المستوى فوق المتوسط.

ويأتي من يمتلكون آلتي لعب في المركز الثاني ضمن أصحاب المستويات المعيشية الثلاثة، حيث يمثلون 25.64 بالمائة من أصحاب المستوى المعيشي تحت المتوسط و 31.71 بالمائة من أصحاب المستوى المتوسط، و30.00 بالمائة من أصحاب المستوى فوق المتوسط. ويسجل تقارب في عدد من يمتلكون آلة واحدة للعب وآلتين بالنسبة للمستويين المعيشيين المتوسط وفوق المتوسط، بخلاف الأمر مع المستوى تحت المتوسط أي يعد الفارق كبيرا.

ويلاحظ أن من يمتلكون ثلاثة آلات للعب يأتون في المركز الثالث بالنسبة للمستويين المعيشيين تحت المتوسط (12.82 بالمائة) والمتوسط (25.61 بالمائة)، بينما يأتون في المركز الرابع بالنسبة لأصحاب المستوى المعيشي فوق المتوسط (15.00 بالمائة) وراء من يمتلكون أربع آلات للعب (17.50 بالمائة).

ويسجل أيضا بأن أصحاب المستوى المعيشي فوق المتوسط هم من يوجد في صفوفهم أكبر نسبة ممن يمتلكون أربع آلات لعب فأكثر.

ويظهر اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مفردات العينة من المستويات المعيشية الثلاثة فيما يخص عدد آلات اللعب الممتلكة. وتظهر المعطيات أن الأرقام تتباعد بين أصحاب المستويات المعيشية الثلاثة كلما زاد عدد الآلات. ومبعث هذا أنه كلما زاد المستوى المعيشي كلما كانت فرصة مواكبة كل جديد وارد فيما يخص آلات اللعب، والعكس صحيح.

ومنه نستنتج أن لمتغير المستوى المعيشي تأثير في عدد آلات اللعب الممتلكة.

الجدول رقم (94): أنواع الألعاب المفضلة لدى العينة، حسب متغير المستوى المعيشي

أنواع الألعاب	المستوى المعيشي						P
	تحت المتوسط		متوسط		فوق المتوسط		
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	
المغامرات	149	47.76	180	54.88	159	49.69	0.68
القتال	24	07.69	22	06.71	31	09.69	
الرمي	08	02.57	07	02.13	05	01.56	
المحاكاة الواقعية	66	21.15	61	18.60	45	14.06	
المحاكاة الرياضية	43	13.78	48	14.63	61	19.06	
المغامرات والتفكير	03	0.96	00	00	01	0.31	
إستراتيجية اقتصادية	01	0.32	00	00	00	00	
إستراتيجية العسكرية	03	0.96	03	0.92	03	0.94	
الألعاب التقليدية	13	04.17	07	02.13	11	03.44	
ألعاب مجهولة	02	0.64	00	00	04	01.25	
المجموع	312	100	328	100	320	100	

يظهر الجدول رقم (94) أن ألعاب المغامرات تأتي في مقدمة الألعاب المفضلة لدى الفئات الثلاث للعينة. فقد ذكرها 47.76 بالمائة من أصحاب المستوى المعيشي تحت المتوسط و 54.88 بالمائة من أصحاب المستوى المعيشي المتوسط و 49.69 بالمائة من أصحاب المستوى المعيشي فوق المتوسط.

وتأتي ألعاب المحاكاة الرياضية في المركز الثاني ضمن ألعاب الفيديو المفضلة لدى فئتي تحت المتوسط والمتوسط بنسب على التوالي 21.15 بالمائة و 18.60 بالمائة، بينما احتلت المركز الثالث عند أصحاب

المستوى المعيشي فوق المتوسط (14.06 بالمائة) والذين اختاروا ألعاب المحاكاة الرياضية في المركز الثاني بنسبة 19.06 بالمائة. واحتلت هذه الألعاب (المحاكاة الرياضية) المركز الثالث ضمن ألعاب الفيديو المفضلة لدى الفئتين الأوليين بنسبتي 13.78 بالمائة و 14.63 بالمائة. وجاءت ألعاب القتال قي المركز الرابع في ترتيب أنواع ألعاب الفيديو المفضلة لدى الفئات الثلاث بنسب 07.69 بالمائة لأصحاب المستوى المعيشي تحت المتوسط و 06.71 بالمائة لأصحاب المستوى المعيشي المتوسط و 09.69 بالمائة لأصحاب المستوى فوق المتوسط. ونالت الألعاب التقليدية المركز الخامس عند فئة المستوى تحت المتوسط و المتوسط و فوق المتوسط بنسب 04.17 بالمائة و 02.13 بالمائة و 03.44 المائة على التوالي. وتبقى الإشارة إلى أن ألعاب الرمي جاءت في المركز الخامس أيضا لدى فئة المتوسط بنسبة 02.13 بالمائة أيضا. ونالت بقية أنواع الألعاب نسبا ضئيلة مقارنة بالألعاب الأولى.

يظهر اختبار كا2 عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أصحاب المستويات المعيشية الثلاثة حول أنواع الألعاب المفضلة. ويعود ذلك أن مفردات العينة مهما كانت انتماءاتهم لديهم نفس الاهتمامات، وهي ذات الاهتمامات التي تميز أطفال هذه الفئة العمرية.

ومنه نستنتج أن لا تأثير لمتغير المستوى المعيشي على أنواع ألعاب الفيديو المفضلة لدى مفردات العينة.

الجدول رقم (95): عدد الألعاب التي تملكها العينة، حسب متغير المستوى المعيشي

عدد الألعاب	المستوى المعيشي						P
	تحت المتوسط		متوسط		فوق المتوسط		
	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	
من 4 إلى 10	39	50.00	35	42.68	33	41.25	0.07
من 11 إلى 20	13	16.67	23	28.05	11	13.75	
من 21 إلى 30	06	07.69	04	04.88	03	03.75	
أكثر من 30	20	25.64	20	24.39	33	41.25	
المجموع	78	100	82	100	80	100	

يتبين من الجدول رقم (95) أن الذين يمتلكون عدد ألعاب يتراوح ما بين 4 و 10 ألعاب يأتون في الصدارة لدى الفئات الثلاث من العينة. فـ50 بالمائة من أصحاب المستوى المعيشي تحت المتوسط يمتلكون هذا العدد من الألعاب و 42.68 بالمائة من أصحاب المستوى المتوسط يملكون هذا العدد و41.25 بالمائة من أصحاب المستوى فوق المتوسط يملكون عددا يتراوح ما بين ال4 و ال10 ألعاب. ويمتلك 25.64 بالمائة من أصحاب المستوى المعيشي تحت المتوسط عدد ألعاب يتراوح ما بين 4 و 10 ألعاب ويحلون في المركز الثاني في هذه الفئة والثالث في فئة المتوسط بنسبة 24.39 بالمائة وراء من

يملكون ما بين 11 و 20 لعبة (28.05 بالمائة). ولدى فئة فوق المتوسط يتساوى عدد من يملكون عدد ألعاب يفوق الثلاثين مع من يملكون عددا يتراوح ما بين 4 و 10 (41.25 بالمائة). ويأتي من يملكون عدد ألعاب يتراوح ما بين 11 و 20 لعبة في المركز الثالث لدى الفئة الأولى (16.67 بالمائة) والفئة الثالثة (13.75 بالمائة). ويُسجل أن من يملكون عدد ألعاب يتراوح ما بين 21 و 30 لعبة هم الأقل ضمن الفئات الثلاث.

يظهر اختبار كا2 عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أصحاب المستويات المعيشية الثلاثة في عدد ألعاب الفيديو الممتلكة، والسبب يعود إلى أن اقتناء هذه الألعاب صار في متناول الجميع بسبب تدني أسعارها في الجزائر.

ومنه نستنتج أن لا تأثير لمتغير المستوى المعيشي على عدد ألعاب الفيديو الممتلكة عند مفردات العينة.

الجدول رقم (96): كيفية اقتناء العينة لألعاب الفيديو، حسب متغير المستوى المعيشي

كيفية اقتناء ألعاب جديدة	المستوى المعيشي						P
	تحت المتوسط		متوسط		فوق المتوسط		
	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	
الشراء	78	100	82	100	80	100	ثبات
الاستعارة	26	33.33	26	31.71	31	38.75	0.61
تحميل من الإنترنيت	02	02.56	03	03.66	03	03.75	0.89
الاستنساخ	00	00	00	00	00	100	ثبات

يظهر الجدول رقم (96) أن كل الشراء هي الطريقة الأولى في اقتناء ألعاب الفيديو لدى العينة حيث يلجأ إليها الجميع (100 بالمائة). وتمثل الاستعارة الطريقة الثانية التي تلجأ إليها العينة، حيث يلجأ إليها 33.33 بالمائة من أصحاب المستوى المعيشي تحت المتوسط و 31.71 بالمائة من أصحاب المستوى المتوسط و 38.75 بالمائة من أصحاب المستوى المعيشي فوق المتوسط. ولا يلجأ سوى 02.56 بالمائة من الفئة الأولى و 03.66 بالمائة من الفئة الثانية و 03.75 بالمائة من الفئة الثالثة إلى التحميل من الإنترنيت لاقتناء ألعاب الفيديو. ولا يلجأ أي واحد من أفراد العينة إلى عملية الاستنساخ لاقتناء ألعاب الفيديو.

يظهر اختبار كا2 عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة من المستويات المعيشية الثلاثة حول كيفية اقتناء ألعاب جديدة، حيث يتجه كلهم نحو الشراء طالما أنها أسهل وكيفية وأقلها تكلفة أيضا، ونسبة قليلة ومتساوية من المستويات الثلاث تلجأ إلى التحميل من الإنترنيت.

ومنه نستنتج أنْ لا تأثير لمتغير المستوى المعيشي على كيفية اقتناء ألعاب فيديو جديدة من قبل مفردات العينة.

الجدول رقم (97): فترة شراء أفراد العينة لألعاب فيديو جديدة، حسب متغير المستوى المعيشي

فترات الشراء	المستوى المعيشي						P
	تحت المتوسط		متوسط		فوق المتوسط		
	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	
مرة في الأسبوع	10	12.82	13	15.85	19	23.75	0.49
مرة في الشهر	13	16.67	08	09.76	07	08.75	
مرة كل شهرين	04	05.13	02	02.44	04	05.00	
مرة كل ثلاثة أشهر	07	08.97	08	09.76	09	11.25	
في المناسبات	44	56.41	51	62.19	41	51.25	
المجموع	78	100	82	100	80	100	

تعد المناسبات الفترة المثلى لشراء ألعاب الفيديو عند الفئات الثلاث من العينة، حسب ما يظهره الجدول رقم (97)، حيث ذكر ذلك 56.41 بالمائة من أصحاب المستوى المعيشي تحت المتوسط و 62.19 بالمائة من أصحاب المستوى المعيشي المتوسط و 51.25 بالمائة من أصحاب المستوى المعيشي فوق المتوسط. ويأتي من يشترون مرة في الشهر في المركز الثاني عند أصحاب المستوى المعيشي تحت المتوسط ويمثلون نسبة 1667 بالمائة متقدمين من يقتنونها مرة في الأسبوع (12.82 بالمائة) ثم من يشترونها مرة كل ثلاثة أشهر (08.97 بالمائة)، وأخيرا من يشترونها مرة كل شهرين (05.13 بالمائة).
ولدى فئة المتوسط، يلجأ 15.85 بالمائة منهم إلى شراء ألعاب الفيديو مرة في الأسبوع و 09.76 بالمائة منهم مرة في الشهر وكذا مرة كل ثلاثة أشهر. ولا يشتري سوى 02.44 بالمائة من أصحاب المستوى المتوسط، ألعاب الفيديو، مرة كل شهرين. ولدى أصحاب المستوى المعيشي فوق المتوسط، يشتري 23.75 بالمائة من أفراد هذه الفئة، ألعاب فيديو جديدة، مرة في الأسبوع، و 11.25 بالمائة منهم، مرة كل ثلاثة أشهر و 08.75 بالمائة، مرة في الشهر، و 5 بالمائة منهم مرة كل شهرين.

يظهر اختبار كا2 عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مفردات العينة من المستويات المعيشية الثلاثة في فترات الشراء. فرغم تباين مستوياتهم إلا أنهم يستغلون على العموم ذات الفرص لاقتناء ألعاب جديدة وهي المناسبات بالدرجة الأولى التي عادة ما يحصلون فيها على أموال تسمح لهم بالشراء، مع العلم عن وجود اختلافات طفيفة بخصوص الشراء مرة في الأسبوع لصالح أصحاب المستوى المعيشي فوق المتوسط.

ومنه نستنتج أن لا تأثير للمستوى المعيشي على فترة شراء ألعاب جديدة.

الجدول رقم (98): فترات ممارسة أفراد العينة لألعاب الفيديو، حسب متغير المستوى المعيشي

فترات الممارسة	المستوى المعيشي						P
	تحت المتوسط		متوسط		فوق المتوسط		
	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	
يوميا	17	21.80	15	18.29	21	26.25	0.73
يوما بيوم	12	15.38	15	18.29	15	18.75	
مرة في الأسبوع	16	20.51	17	20.73	14	17.50	
مرة في الشهر	01	01.28	03	03.66	00	00	
في العطل والمناسبات	32	41.03	32	39.03	30	37.50	
المجموع	78	100	82	100	80	100	

تظهر معطيات الجدول رقم (98) أن من يمارسون ألعاب الفيديو في العطل والمناسبات يشكلون أكبر فئة ضمن أصحاب المستويات المعيشية الثلاث، إذ يمثلون 41.03 بالمائة من أصحاب المستوى تحت المتوسط و 39.03 بالمائة من أصحاب المستوى المتوسط و 37.50 بالمائة من أصحاب المستوى فوق المتوسط. ويأتي من يمارسون ألعاب الفيديو يوميا في المركز الثاني عند أصحاب المستويين المعيشيين تحت المتوسط وفوق المتوسط بنسبتي 21.80 بالمائة و 26.25 بالمائة على التوالي. ويأتي مثل هؤلاء في المركز الثالث عند أصحاب المستوى المتوسط بنسبة (18.29 بالمائة) وهم يتساوون لدى أصحاب هذا المستوى مع من يمارسونها يوما بيوم (18.29 بالمائة) وهذا وراء من يمارسونها مرة في الأسبوع بنسبة 20.73 بالمائة. ويسجل لدى أصحاب المستوى تحت المتوسط أن 15.38 بالمائة منهم يمارسون ألعاب الفيديو يوما بيوم و 01.28 بالمائة فقط من يمارسونها مرة في الشهر. كما يلاحظ أن من يمارسون ألعاب الفيديو يوما بيوم يأتون في المركز الثالث عند أصحاب المستوى المعيشي فوق المتوسط بنسبة 18.75 بالمائة متقدمين من يمارسونها مرة في الأسبوع الذين يشكلون 17.50 بالمائة من إجمالي أفراد هذه الفئة. ويلاحظ عدم وجود أي فرد من أصحاب المستوى المعيشي فوق المتوسط من يمارسون ألعاب الفيديو مرة في الشهر.

ويظهر اختبار كا2 عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مفردات العينة فيما يخص فترات اللعب، لتشابه العادات وبالخصوص القيود والالتزامات لدى هذه الفئة العمرية عموما وإن اختلف المستوى.

ومنه نستنتج بأن متغير المستوى المعيشي لا يؤثر على فترات الممارسة.

الجدول رقم (99): أوقات ممارسة أفراد العينة لألعاب الفيديو، حسب متغير المستوى المعيشي

أوقات اللعب	المستوى المعيشي						P
	تحت المتوسط		متوسط		فوق المتوسط		
	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	
في الصباح	02	02.56	07	08.53	02	02.50	0.15
في المساء	29	37.18	32	39.03	28	35.00	
في الصباح والمساء	13	16.67	05	06.10	08	10.00	
في كل وقت	06	07.69	04	04.88	10	12.50	
بدون وقت محدد	28	35.90	34	41.46	32	40.00	
المجموع	78	100	82	100	80	100	

يتضح من الجدول رقم (99) أن من يمارسون ألعاب الفيديو بدون وقت محدد هم الأكثرية عند أصحاب المستويين المعيشيين المتوسط وفوق المتوسط بنسبتي 41.46 بالمائة و 40.00 بالمائة على التوالي، بينما يأتي هؤلاء في المركز الثاني عند أصحاب المستوى المعيشي تحت المتوسط بنسبة 35.90 بالمائة وراء من يمارسونها في المساء بنسبة 37.18 بالمائة. وعلى ذكر من يمارسون ألعاب الفيديو في المساء فهم يمثلون الفئة الثانية عند أصحاب المستويين المعيشيين المتوسط (39.03 بالمائة) وفوق المتوسط (35.00 بالمائة).

ويأتي من يمارسون ألعاب الفيديو في الصباح والمساء في المركز الثالث عند أصحاب المستوى المعيشي تحت المتوسط بنسبة 16.67 بالمائة، متقدمين بذلك من يمارسونها في كل وقت والذين يمثلون 07.69 بالمائة من أفراد هذا المستوى. ولا يمثل من يمارسونها في الصباح سوى 02.56 بالمائة ويأتون في المركز الأخير على غرار ما هو حاصل مع أصحاب المستوى المعيشي فوق المتوسط والذين لا يضمون سوى 02.50 بالمائة منهم ممن يمارسون الألعاب في الصباح وراء على التوالي من يمارسونها في كل وقت (12.50 بالمائة) ومن يمارسونها في الصباح والمساء (10.00 بالمائة). ويذكر أن من يمارسون الألعاب في كل وقت هم الفئة الأخيرة عند أصحاب المستوى المعيشي المتوسط.

يبين اختبار كا2 عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مفردات العينة من أصحاب المستويات المعيشية الثلاثة حول أوقات اللعب، وينطبق نفس تفسير نتائج تفسير الجدول السابق على هذه النتائج.

ومن ثم نستنتج أن لا تأثير لمتغير المستوى المعيشي على أوقات اللعب لمفردات العينة.

الجدول رقم (100): مدة اللعب في اليوم الواحد لأفراد العينة، حسب متغير المستوى المعيشي

مدة اللعب	المستوى المعيشي						P
	تحت المتوسط		متوسط		فوق المتوسط		
	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	
ساعة واحدة	29	37.18	30	36.59	27	33.75	0.68
ساعتان	22	28.20	22	26.83	17	21.25	
ثلاث ساعات	15	19.23	13	15.85	16	20.00	
أربع ساعات	04	05.13	03	03.66	08	10.00	
أكثر من أربع ساعات	08	10.26	14	17.07	12	15.00	
المجموع	78	100	82	100	80	100	

يمثل من يمارسون ألعاب الفيديو لمدة ساعة واحدة في اليوم الواحد الأكثرية لدى أصحاب المستويات المعيشية الثلاث بنسب 37.18 بالمائة و 36.59 بالمائة و 33.75 بالمائة على التوالي، كما يتضح من الجدول رقم (100). ويأتي في المركز الثاني لدى أصحاب المستويات المعيشية الثلاث، من يمارسون ألعاب الفيديو لمدة ساعتين في اليوم الواحد وهذا بنسب 28.20 بالمائة و 26.83 بالمائة و21.25 بالمائة على التوالي. ويمثل من يمارسون ألعاب الفيديو لمدة ثلاث ساعات في اليوم الواحد الفئة الثالثة لدى أصحاب المستويات المعيشية الثلاث، بنسب 19.23 بالمائة و 15.85 بالمائة و 20.00 المائة على التوالي. ويأتي من يمارسون الألعاب لمدة تفوق الأربع ساعات في اليوم الواحد في المركز الرابع لدى أصحاب المستويات المعيشية الثلاث، وهذا بنسب 10.26 بالمائة و 17.07 بالمائة و 15.00 بالمائة على التوالي، وهم يتقدمون في ذلك من يمارسون الألعاب لمدة أربع ساعات في اليوم الواحد والذين يمثلون 05.13 بالمائة من أصحاب المستوى الأول و 03.66 بالمائة من أصحاب المستوى الثاني و 10.00 بالمائة من أصحاب المستوى الثالث.

يشير اختبار كا2 إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مفردات العينة من المستويات المعيشية الثلاثة، لوجود نفس القيود (الرقابة من الوالدين) والالتزامات (الدراسية عادة).

ومنه نستنتج أن لا تأثير لمتغير المستوى المعيشي على المدة التي تقضيها مفردات العينة في اللعب في اليوم الواحد.

الجدول رقم (101): شركاء أفراد العينة في ممارسة ألعاب الفيديو، حسب متغير المستوى المعيشي

شركاء اللعب	المستوى المعيشي						P
	تحت المتوسط		متوسط		فوق المتوسط		
	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	
لوحدي	18	23.08	16	19.51	19	23.75	0.77
مع صديق	12	15.38	18	21.95	15	18.75	
مع عدة أصدقاء	05	06.41	03	03.66	07	08.75	
مع أخي أو أختي	40	51.28	44	53.66	36	45.00	
مع أمي أو أبي	03	03.85	01	01.22	03	03.75	
المجموع	78	100	82	100	80	100	

يفضل 51.28 بالمائة من أصحاب المستوى المعيشي تحت المتوسط و 53.66 بالمائة من أصحاب المستوى المتوسط و 45.00 بالمائة من أصحاب المستوى فوق المتوسط، ممارسة ألعاب الفيديو مع أخ أو أخت وهم يشكلون الأكثرية، حسب ما تظهره أرقام الجدول رقم (101). ويلي هؤلاء من يمارسونها لوحدهم عند المستويين الأول والثالث بنسبتي 23.08 بالمائة و23.75 بالمائة و من يمارسونها مع صديق عند المستوى الثاني بنسبة 21.95 بالمائة. ويمارس 15.38 بالمائة من أصحاب المستوى المعيشي تحت المتوسط ألعاب الفيديو مع صديق ويمثلون الفئة الثالثة في هذا المستوى، على غرار ما هو حاصل مع أصحاب المستوى فوق المتوسط والذين يمارس 18.75 بالمائة منهم اللعب مع صديق. بالمقابل يمثل من يمارسون ألعاب الفيديو لوحدهم الفئة الثالثة عند أصحاب المستوى المعيشي المتوسط بنسبة 19.51 بالمائة.

ويمارس 06.41 بالمائة من أصحاب المستوى تحت المتوسط اللعب مع عدة أصدقاء، مقابل 03.66 بالمائة عند أصحاب المستوى المتوسط و 08.75 بالمائة من أصحاب المستوى فوق المتوسط.

ولا يمثل من يمارسون ألعاب الفيديو مع الأم أو الأب سوى 03.85 بالمائة من أصحاب المستوى الأول و 01.22 بالمائة من أصحاب المستوى الثاني و 03.75 بالمائة من أصحاب المستوى الثالث.

يظهر اختبار كا2 عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مفردات العينة من المستويات المعيشية الثلاثة حول شركاء اللعب، إذ يفضل كلهم عموما اللعب مع أخ أو أخت ثم لوحدهم ثم مع صديق. والأمر مرتبط بفضاء اللعب بالدرجة الأولى (المنزل) والندية التي عادة ما تكون موجودة بين الإخوة والأخوات مهما اختلفت المستويات المعيشية في مثل هذه الفئة العمرية.

ومنه نستنتج أن لا تأثير لمتغير المستوى المعيشي على شركاء اللعب المفضلين لدى مفردات العينة.

الجدول رقم (102): الأماكن المفضلة للعب بالنسبة لأفراد العينة، حسب متغير المستوى المعيشي

أماكن اللعب	المستوى المعيشي						P
	تحت المتوسط		متوسط		فوق المتوسط		
	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	
قاعة اللعب	10	12.82	07	08.54	16	20.00	0.32
المنزل	66	84.62	72	87.80	62	77.50	
منزل صديق	01	01.28	02	02.44	00	00	
مكان آخر	01	01.28	01	01.22	02	02.50	
المجموع	78	100	82	100	80	100	

يظهر الجدول رقم (102) أن الغالبية العظمى من أصحاب المستويات المعيشية الثلاث يفضلون اللعب في المنزل، حيث يمثلون 84.62 بالمائة من المستوى تحت المتوسط و 87.80 بالمائة من المستوى المتوسط، و 77.50 بالمائة من المستوى فوق المتوسط. ويأتي من يحبون اللعب في قاعة اللعب في المركز الثاني عند أصحاب المستويات المعيشية الثلاث بنسب 12.82 بالمائة و 08.54 بالمائة و 20.00 بالمائة على التوالي. ولا يمثل من يمارسون اللعب في منزل صديق أو في أماكن أخرى (المدرسة و قاعة الإنترنيت و النوادي) سوى فئات ضئيلة جدا عند أصحاب المستويات المعيشية الثلاث.

يظهر اختبار كا2 عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مفردات العينة من المستويات المعيشية الثلاثة حول أماكن اللعب المفضلة، حيث يعد المنزل عموما أفضل الأماكن للعب، لما يتيحه من حرية في أشكال ومدة الممارسة للجميع. لكن هذا لا يمنع من وجود اختلاف طفيف بخصوص قاعة اللعب، حيث تتيح الإمكانيات اللجوء إليها وهو ما يترجم أن نسبة من يفضلونها من المستوى المعيشي فوق المتوسط تفوق من يفضلونها من أصحاب المستويين الآخرين.

لكن على العموم لا تأثير لمتغير الجنس حول أماكن اللعب المفضلة لدى مفردات العينة.

الجدول رقم (103): تصرف العينة عند الخسارة، حسب متغير المستوى المعيشي

تصرف العينة عند الخسارة	المستوى المعيشي						P
	تحت المتوسط		متوسط		فوق المتوسط		
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
التوقف عن اللعب	05	06.41	05	06.10	01	01.25	0.30
تكرار اللعب لبعض الوقت	17	21.79	13	15.85	12	15.00	
تكرار اللعب حتى الفوز	56	71.80	64	78.05	67	83.75	
المجموع	78	100	82	100	80	100	

يعد تكرار اللعب حتى الفوز هو التصرف الذي ذكره الغالبية الكبرى من أفراد العينة من المستويات المعيشية الثلاثة، حيث ذكره 71.80 بالمائة من أصحاب المستوى الأول و 78.05 بالمائة من أصحاب المستوى الثاني و 83.75 بالمائة من أصحاب المستوى الثالث، حسب ما يظهره الجدول رقم (103). وكان تكرار اللعب لبعض الوقت هو التصرف الأكثر تكررا لدى إجمالي أفراد العينة، حيث ذكره 21.79 بالمائة من أصحاب المستوى المتوسط و 15.85 بالمائة و 15.00 بالمائة من أصحاب المستوى فوق المتوسط. ولم ينل التوقف عن اللعب سوى خيارات 06.41 بالمائة من أصحاب المستوى تحت المتوسط و 06.10 بالمائة من أصحاب المستوى المتوسط و 01.25 بالمائة من أصحاب المستوى فوق المتوسط.

يظهر اختبار كا2 عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مفردات العينة من المستويات المعيشية الثلاثة بخصوص التصرف عند الخسارة، حيث تفضل غالبيتها تكرار اللعب حتى الفوز. مما يدل أن الأمر مرتبط أكثر بخصوصية الألعاب وبالخصائص النفسية والعقلية لدى العينة.

ومنه نستنتج أن لا تأثير لمتغير المستوى المعيشي على تصرف مفردات العينة عند الخسارة في ألعاب الفيديو.

المبحث الثالث : تفاعل العينة مع خصائص شكل ومضمون ألعاب الفيديو:

المطلب الأول : تفاعل العينة مع خصائص شكل ومضمون ألعاب الفيديو حسب المعطيات العامة

الجدول رقم (104): ترتيب الأمور التي تعجب أفراد العينة في ألعاب الفيديو

الأمور المحبوبة في ألعاب الفيديو	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1. متعة الفوز	02.00	1.69
2. بطل القصة	02.00	1.54
3. أحداث القصة	03.00	1.67
4. الرسوم	04.00	1.46
5. الألوان	05.00	1.49
6. الموسيقى	04.00	1.53

يتضح من الجدول رقم (104) أن متعة الفوز وبطل القصة هما أكثر الأمرين المحببين لدى العينة في ألعاب الفيديو بمتوسط حسابي يقدر ب(02.00)، تليهما أحداث القصة بمتوسط (03.00)، ثم الرسوم والموسيقى ب(04.00) وأخيرا الألوان ب(05.00).

تتوافق هذه النتائج مع الخصائص النفسية والعقلية لطفل هذه المرحلة العمرية. فكما ورد ذكره في الفصل الأول، تنمو لدى طفل هذه المرحلة مخاوف من نوع جديد، مخاوف مرتبطة بالفشل فيما يقوم به، لذا تكون لديه رغبة جامحة في النجاح فيما يقوم به، ليبلغ متعة تحقيق الفوز. غير أن هذا الفوز لا يمكن أن يتحقق إلا في وجود بطل تتجسد فيه المزايا التي يحبها والتي تجعله يتحدى أي صعوبات يواجهها. ولا تشكل بقية الأمور كالرسوم والألوان والموسيقى سوى إضافات ومنكّهات تأتي أهميتها في المقام الموالي.

الجدول رقم (105): مدى معرفة أفراد العينة للأمكنة التي تجري فيها أحداث ألعاب الفيديو

الإجابة	التكرارات	النسبة المئوية
1. نعم	74	30.83
2. لا	166	69.17
المجموع	240	100

أبدى 69.17 بالمائة من أفراد العينة عدم معرفتهم بالأمكنة التي تجري فيها أحداث ألعاب الفيديو كما تبينه معطيات الجدول رقم (105). بالمقابل أكد 30.83 بالمائة معرفتهم لأمكنة حصول أحداث الألعاب. وكانت الولايات المتحدة الأمريكية وفرنسا واليابان وحتى الجزائر وبهذا الترتيب هي أكثر الأماكن التي ذكرها أفراد العينة عند التطرق لأماكن حدوث مجريات قصص الألعاب.

تظهر هذه النتائج أن الغالبية العظمى من أفراد العينة لا يعون أماكن حصول الأحداث، ومرده عدم إعطائهم أولوية لمعرفة ذلك. غير أن الذين ذكروا أماكن حدوث هذه الأحداث يتجلى لديهم هذا الوعي، ولعل المؤشرات التي ساعدتهم في معرفة ذلك موجودة أصلا في الملامح التي تقدم بها الأماكن أو حتى ذكر أسماء تلك الأماكن والتي عادة ما تكون معروفة. والأماكن المذكورة متوافقة إلى حد ما بالبلدان المصنعة للألعاب المذكورة في الجزء التحليلي من الدراسة (الولايات المتحدة الأمريكية – اليابان – فرنسا //تنقص بريطانيا). أما بخصوص ذكر الجزائر، فقد يعود إلى ألعاب المحاكاة الرياضية ككرة القدم، والتي تتيح اختيار المنتخب الجزائري في اللعب.

الجدول رقم (106): علاقة أنواع ألعاب الفيديو المحبوبة بمعرفة أمكنة حصول الأحداث

أنواع الألعاب	مدى معرفة الأمكنة		المجموع
	نعم	لا	
	. التكرارات . النسبة المئوية	. التكرارات . النسبة المئوية	. التكرارات . النسبة المئوية
المغامرات	128 26.23	360 73.77	488 100
القتال	27 35.06	50 74.94	77 100
الرمي	09 45.00	11 55.00	20 100
المحاكاة الواقعية	53 30.81	119 69.19	172 100
المحاكاة الرياضية	67 44.08	85 54.92	152 100
المغامرات والتفكير	01 25.00	03 75.00	04 100
إستراتيجية اقتصادية	00 00	01 100	01 100
إستراتيجية العسكرية	05 55.55	04 44.45	09 100
الألعاب التقليدية	05 16.13	26 86.87	31 100
ألعاب مجهولة	01 16.67	05 83.33	06 100

يظهر الجدول رقم (106) علاقة بين أنواع ألعاب الفيديو ومدى معرفة ممارسيها لأمكنة حدوث مجرياتها. فألعاب الإستراتيجية العسكرية و الرمي والمحاكاة الرياضية هي الأكثر الألعاب التي تم التعرف على أمكنة حصول أحداثها بنسب 55.55 بالمائة و 45.00 بالمائة و 44.08 بالمائة . ومرد ذلك أن هذه الألعاب تحوي مؤشرات على ذلك. فألعاب الإستراتيجية العسكرية تحوي مؤشرات على تسميات الجيوش وأرضية المعركة وألعاب الرمي مثل كونتر سترايك تحوي مؤشرات من خلال واقعية تسمية الفرقة التي تمارس الرمي كما ذكرناه في التحليل الكيفي لألعاب الفيديو.

كما أن ألعاب المحاكاة الرياضية تجري في ملاعب محاكية للملاعب الحقيقية وبفرق وشخصيات واقعية.

وتقل نسبة معرفة زمن أحداث ألعاب الفيديو في بقية أنواع ألعاب الفيديو.

الجدول رقم (107): مدى معرفة العينة لزمن أحداث ألعاب الفيديو

مدى معرفة أحداث ألعاب الفيديو	التكرارات	النسبة المئوية
1. نعم	92	38.33
2. لا	148	61.67
المجموع	240	100

عبر 61.67 بالمائة من أفراد العينة عن عدم علمهم بزمن أحداث معظم ألعاب الفيديو التي يمارسونها كما يوضحه الجدول رقم (107). بالمقابل أبدى 22.92 بالمائة منهم معرفتهم بزمن أحداث ألعاب الفيديو.

تشير هذه المعطيات إلى أن معظم مفردات العينة لا تعي حقيقة زمن أحداث ألعاب الفيديو. وقد يعود ذلك لعدة أسباب أولها أن الكثير من هذه الألعاب لا تحمل مؤشرات على زمن أحداث الألعاب (أنظر الجدول رقم (21). كما أن الكثير من الألعاب التي تحوي مؤشرات على حصولها تحدث التباسا بفعل وجود أحداث خارقة في ألعاب تحصل في الماضي أو في الحاضر أو وجود خلط في استخدام بعض التقنيات التي لا تتلاءم وزمن أحداث قصة اللعبة.

الجدول رقم (108) : علاقة أنواع ألعاب الفيديو بمدى معرفة زمن حصول أحداث ألعاب الفيديو

أنواع الألعاب	مدى معرفة زمن أحداث ألعاب الفيديو		المجموع
	نعم	لا	
	. التكرارات . النسبة المئوية	. التكرارات . النسبة المئوية	. التكرارات . النسبة المئوية
المغامرات	183 37.50	305 62.50	488 100
القتال	22 28.57	55 71.43	77 100
الرمي	07 35.00	13 65.00	20 100
المحاكاة الواقعية	58 33.72	114 66.28	172 100
المحاكاة الرياضية	72 47.37	80 52.63	152 100

يظهر الجدول رقم (108) أن ألعاب المحاكاة الرياضية هي التي تم التعرف فيها أكثر على زمن أحداث ألعاب الفيديو ضمن الألعاب الأكثر ترددا (تم تجاهل الألعاب التي يقل عددها عن 10 بالمائة من إجمالي الألعاب) وهذا بنسبة 47.37 بالمائة، تليها ألعاب المغامرات (37.50 بالمائة) ثم ألعاب الرمي بنسبة 35.00 بالمائة المحاكاة الواقعية بنسبة 33.72 بالمائة وأخيرا ألعاب القتال بنسبة 28.57 بالمائة.

وهذا يؤكد على وجود علاقة بين أنواع ألعاب الفيديو ومدى لتعرف على زمن أحداث ألعاب الفيديو. ومرد ذلك أنه كلما كانت الألعاب تحاكي الواقع أو تستخدم شخصيات واقعية فإنه يتم التعرف على زمن أحداثها.

الجدول رقم (109): مدى رغبة أفراد العينة في أن يصبحوا مثل أبطالهم المفضلين

الإجابة	التكرارات	النسبة المئوية
1. نعم	208	86.67
2. لا	32	13.33
المجموع	240	100

يتبين من الجدول رقم (109) أن 86.67 بالمائة من أفراد العينة يرغبون في أن يصبحوا مثل أبطالهم المفضلين، بينما لم يرغب في ذلك 13.33 بالمائة منهم.

وتعد هذه النتائج طبيعية قياسا بخصائص هذه الفئة العمرية التي تنمو لديها الرغبة في تحقيق المعجزات وفي التحلي بأدوار البطولة وتحقيق نجاحات في كل ما تقوم به.

الجدول رقم (110): تقليد أفراد العينة لأبطالهم المفضلين

إجابات المبحوثين	التكرارات	النسبة المئوية
1. نعم	133	55.42
2. لا	107	44.58
المجموع	240	100

قلد 55.42 بالمائة من أفراد العينة أبطالهم المفضلين، حسب ما تشير إليه أرقام الجدول رقم (110)، بينما لم يفعل ذلك 44.58 بالمائة منهم.

تؤكد هذه النتائج التفاعل الكبير لمفردات العينة مع ألعاب الفيديو وشخصيات أبطالها، إلى الحد الذي لم يجعلهم يتوانوا عن القيام بتقليدهم. ويتمثل التقليد المذكور في الإجابات عادة بمحاكاة جزئية لبعض مواقف اللعب مع الزملاء. أما الأبطال المقلدين المذكورين فهم الأبطال الأسطوريين عادة مثل سوبرمان وسبايدرمان وباتمان، أو أبطال ألعاب المحاكاة الرياضية وألعاب المحاكاة الواقعية. ومبعث ذلك وجود أدوات تتيح المحاكاة (ألعاب تجسد هذه الشخصيات أو الممارسات).

الجدول رقم (111): إمكانية حصول أحداث ألعاب الفيديو في الواقع حسب المبحوثين

إجابات المبحوثين	التكرارات	النسبة المئوية
1. نعم	42	17.50
2. لا	198	82.50
المجموع	240	100

اعتبر 82.50 بالمائة من أفراد العينة أن حصول أحداث ألعاب الفيديو غير ممكن في الواقع، كما يبينه الجدول رقم (111)، بينما رأى 17.50 بالمائة منهم أنها واردة الحصول في الواقع.

تظهر هذه النتائج، أنه ورغم الإعجاب الشديد من قبل مفردات العينة بهذه الألعاب، إلا أنهم واعون بأن ما يقدم فيها يفوق الواقع. وما يمكن تحققه هو ما يحاكي الواقع محاكاة حقيقية كألعاب المحاكاة الرياضية وألعاب المحاكاة الواقعية.

المطلب الثاني : تفاعل العينة مع خصائص شكل ومضمون ألعاب الفيديو حسب متغير الجنس

الجدول رقم (112): ترتيب الأمور التي تعجب أفراد العينة في ألعاب الفيديو، حسب متغير الجنس

الأمور المحبوبة في ألعاب الفيديو	جنس العينة				P
	ذكور		الإناث		
	المتوسط	الانحراف	المتوسط	الانحراف	
1. متعة الفوز	02.00	1.64	02.00	1.74	0.90
2. بطل القصة	02.00	1.32	03.00	1.70	**0.002**
3. أحداث القصة	03.00	1.58	04.00	1.71	**0.03**
4. الرسوم	04.00	1.40	04.00	1.52	0.19
5. الألوان	05.00	1.29	05.00	1.62	**0.01**
6. الموسيقى	05.00	1.44	04.00	1.54	**0.007**

يتبين من الجدول رقم (112) أن متعة الفوز تأتي في مقدمة الأمور المحبوبة في ألعاب الفيديو لدى ذكور وإناث العينة على حد سواء، بعد أن حصلت على نفس المتوسط الحسابي (02.00).

ويأتي بطل القصة في المركز الثاني بالنسبة للذكور والإناث، لكن بنفس المتوسط الحسابي مع الفوز عند الذكور وبمتوسط حسابي أعلى عن الفوز (03.00) عند الإناث.

وحلت الرسوم في المركز الرابع عند الذكور (04.00) تليها الألوان والموسيقى بالمتوسط ذاته (05.00).

بالمقابل حلت أحداث القصة و الرسوم والموسيقى في ذات الترتيب وراء بطل القصة وبنفس المتوسط الحسابي (04.00)، لتليهم الألوان في المركز الأخير ب(05.00).

يظهر اختبار كا2 عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث فيما يخص متعة الفوز التي تحتل ذات المكانة لديهما قياسا ببقية الأمور المحبوبة في ألعاب الفيديو، وكذلك الأمر بالنسبة للرسوم التي تماثلت الإجابات (نسبيا) بينهما بخصوصها.

غير أن ذات الاختبار يظهر فروقا ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث فيما يخص بقية الأمور، حيث كان مقدار P أقل من 0.05. فمع أن الترتيب كان متقاربا إلا أن الأرقام كانت متباينة، حيث تظهر أن الذكور أكثر اهتماما ببطل القصة وأحداثها من الإناث، في حين أن الإناث يقتصر اهتمامهن بمتعة الفوز فقط، لتأتي بقية الأمور في مراكز ثانوية جدا.

ومنه نستنتج أن لا تأثير لمتغير الجنس فيما يخص أكثر الأمور المحببة لدى مفردات العينة في ألعاب العينة وهي متعة الفوز وله تأثيره على بقية الأمور بنسب متفاوتة.

الجدول رقم (113): مدى معرفة أفراد العينة للأمكنة التي تجري فيها أحداث ألعاب الفيديو، حسب متغير الجنس

معرفة أمكنة أحداث ألعاب الفيديو	جنس العينة				P
	ذكور		إناث		
	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	
نعم	52	42.28	22	18.80	**0.001**
لا	71	57.72	95	81.20	
المجموع	123	100	117	100	

يتضح من معطيات الجدول رقم (113) أن 57.72 بالمائة من ذكور العينة لا يعرفون أمكنة أحداث ألعاب الفيديو مقابل 42.28 بالمائة ممن يعرفونها. وعلى غرار الذكور لكن بنسبة أعلى، لا تعرف 81.20 بالمائة من إناث العينة أمكنة أحداث ألعاب الفيديو مقابل 18.80 بالمائة ممن تعرفنها.

يظهر اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية كبيرة بين الذكور والإناث في معرفة أمكنة أحداث ألعاب الفيديو.

فالإناث هنّ أكثر من عبر عن عدم معرفتهن بأمكنة حصول أحداث ألعاب الفيديو. ويعود ذلك إلى أن الإناث أقل اهتماما من التفاصيل من الذكور لذا لم يتعرفن على تلك الأمكنة.

ومنه نستنتج أن لمتغير الجنس تأثير في مدى معرفة مفردات العينة على أمكنة حصول أحداث ألعاب الفيديو.

الجدول رقم (114): زمن أحداث ألعاب الفيديو حسب أفراد العينة، حسب متغير الجنس

زمن أحداث ألعاب الفيديو	جنس العينة				P
	ذكور		إناث		
	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	
1. نعم	58	47.15	34	29.06	**0.05**
2. لا	65	52.85	83	70.94	
المجموع	123	100	117	100	

لا يعرف 52.85 بالمائة من ذكور العينة زمن أحداث معظم ألعاب الفيديو التي يمارسونها، حسب ما تظهره معطيات الجدول رقم (114). بالمقابل، أبدى البقية (47.15 بالمائة) معرفتهم بزمن الأحداث.

ولدى إناث العينة، أبدت 70.94 بالمائة منهن عدم معرفتهن بزمن أحداث معظم ألعاب الفيديو التي يمارسنها، في حين أبدت 29.06 بالمائة معرفتهن بزمن أحداث ألعاب الفيديو.

ويظهر اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مدى معرفة زمن أحداث ألعاب الفيديو. ومرد ذلك أن الإناث أقل اهتماما بالتفاصيل لذا فهن أقل تأكدا من زمن الأحداث.

ومنه نستنتج وجود تأثير لمتغير الجنس على مدى معرفة زمن أحداث ألعاب الفيديو.

الجدول رقم (115): مدى رغبة أفراد العينة في أن يصبحوا مثل أبطالهم المفضلين، حسب متغير الجنس

مدى الرغبة في التمثل بالبطل	جنس العينة				P
	ذكور		إناث		
	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	
1. نعم	109	88.62	99	84.62	0.23
2. لا	14	11.38	18	15.38	
المجموع	123	100	117	100	

أبدى 88.62 بالمائة من ذكور العينة رغبتهم في التمثل بأبطالهم المفضلين في ألعاب الفيديو مقابل 11.38 بالمائة ممن لم يبدو رغبتهم، حسب ما تظهره معطيات الجدول رقم (115). وبنسب متقاربة كانت إجابات إناث العينة، حيث أبدت 84.62 بالمائة منهن رغبة في التمثل بأبطالهن، مقابل 15.38 ممن لم يبدين رغبة في ذلك.

يظهر اختبار كا2 عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مدى الرغبة في التمثل بأبطال ألعاب الفيديو المفضلة لديهم.

ومنه نستنتج أن لا تأثير لمتغير الجنس على مدى رغبة مفردات العينة في التمثل بأبطال ألعاب الفيديو.

الجدول رقم (116): مدى تقليد أفراد العينة لأبطالهم المفضلين، حسب متغير الجنس

تقليد أبطال ألعاب الفيديو	جنس العينة				P
	ذكور		إناث		
	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	
1. نعم	76	61.79	57	48.72	**0.02**
2. لا	47	38.21	60	51.28	
المجموع	123	100	117	100	

يظهر الجدول رقم (116) أن 61.79 بالمائة من ذكور العينة سبق لهم وأن قلدوا أبطالهم المفضلين في ألعاب الفيديو، مقابل 38.21 بالمائة ممن لم يسبق لهم فعل ذلك. وجاءت النتائج مخالفة بالنسبة لإناث العينة، حيث لم تقلد 51.28 بالمائة أبطالهن المفضلين مقابل 48.72 بالمائة ممن فعلن ذلك.

يظهر اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث فيما يخص تقليد أبطال ألعاب الفيديو المفضلين لديهم، وهذا لصالح الذكور الذين يعدون أكثر تقليدا من نظرائهم الإناث. وكما سبق وأن ذكر من قبل فإن فرص التقليد أكبر عند الذكور منه عند الإناث، خاصة وأن التقليد مس بالدرجة الأولى كما تم ذكره في الجدول رقم (110) شخصيات ذكورية بالدرجة الأولى وأيضا شخصيات رياضات ذكورية (كرة القدم).

الجدول رقم (117): رأي العينة في إمكانية حصول أحداث ألعاب الفيديو في الواقع، حسب متغير الجنس

الإجابات	جنس العينة				P
	ذكور		إناث		
	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	
1. نعم	25	20.33	17	14.53	**0.15**
2. لا	98	79.67	100	85.47	
المجموع	123	100	117	100	

لا يعتقد 79.67 بالمائة من ذكور العينة أن أحداث ألعاب الفيديو يمكن أن تحصل في الواقع مثلما تظهره معطيات الجدول رقم (117)، بينما يرى 20.33 بالمائة منهم إمكانية حصولها في الواقع. نفس الاتجاه يلاحظ عند إناث العينة وإن بنسب مختلفة. فـ85.47 بالمائة منهن لا تعتقدن بإمكانية حصول أحداث ألعاب الفيديو في الواقع مقابل 14.53 بالمائة ممن يعتقدن بإمكانية حصول ذلك.

ولا يظهر اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث فيما يخص رأيهم بإمكانية حصول أحداث ألعاب الفيديو في الواقع.

ومنه نستنتج أن لا تأثير لمتغير الجنس على اعتقاد مفردات العينة بإمكانية حصول أحداث ألعاب الفيديو في الواقع من عدمه.

المطلب الثالث : تفاعل العينة مع خصائص شكل ومضمون ألعاب الفيديو حسب متغير مكان الإقامة

الجدول رقم (118): ترتيب الأمور التي تعجب العينة في ألعاب الفيديو، حسب متغير مكان الإقامة

الأمور التي تعجب العينة في ألعاب الفيديو	ولاية إقامة العينة								P
	الجزائر		سطيف		وهران		ورقلة		
	متوسط	انحراف	متوسط	انحراف	متوسط	انحراف	متوسط	انحراف	
متعة الفوز	02.00	1.60	02.00	1.84	02.00	1.51	02.50	1.89	0.30
بطل القصة	02.00	1.55	02.00	1.52	02.00	1.44	03.00	1.76	0.74
أحداث القصة	03.00	1.45	03.00	1.80	03.00	1.73	03.50	2.00	0.20
الرسوم	04.00	1.54	04.00	1.31	04.00	1.50	04.00	1.43	0.27
الألوان	05.00	1.44	05.00	1.56	05.00	1.45	04.05	1.54	0.93
الموسيقى	04.50	1.58	04.00	1.54	04.00	1.48	04.00	1.43	0.14

يتبين من الجدول رقم (118) أن متعة الفوز تأتي في مقدمة الأمور المفضلة في ألعاب الفيديو لدى أفراد العينة من الولايات الأربع وبمقدار متوسط حسابي متقارب وهو (02.00) للجزائر وسطيف ووهران و (02.50) لورقلة.

وتتقاسم متعة الفوز الترتيب مع بطل القصة بنفس مقدار المتوسط الحسابي (02.00) عند مفردات العينة من ولايات الجزائر وسطيف ووهران، بينما تنفرد بالصدارة عند مفردات العينة من ولاية ورقلة ليحل بطل القصة في المركز الثاني بمتوسط (03.00).

وحلت أحداث القصة في المركز الثالث لدى العينة ومن الولايات الأربع بمتوسط (03.00) بالنسبة لولايات الجزائر وسطيف ووهران وبمتوسط (03.50) لورقلة.

ولا يظهر اختبار كا2 وجود أي فروق ذات دلالة إحصائية بين مفردات العينة من الولايات الأربع.

ونستنتج بذلك أن لا تأثير لمتغير ولاية الإقامة على ترتيب الأمور المحبوبة لدى العينة في ألعاب الفيديو.

الجدول رقم (119): مدى معرفة أفراد العينة للأمكنة التي تجري فيها أحداث ألعاب الفيديو، حسب متغير مكان الإقامة

الإجابات	ولايات إقامة العينة								P
	الجزائر		سطيف		وهران		ورقلة		
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	
نعم	21	21.87	32	46.38	15	29.41	06	25.00	**0.008**
لا	75	78.13	37	53.62	36	70.59	18	75.00	
المجموع	96	100	69	100	51	100	24	100	

يظهر الجدول رقم (119) أن الغالبية من أفراد العينة من الولايات الأربع يعرفون الأمكنة التي تجري فيها ألعاب الفيديو بنسب 78.13 بالمائة و 53.62 بالمائة و 70.59 بالمائة و 75.00 بالمائة. بالمقابل أبدى 21.87 بالمائة من المبحوثين من الجزائر و 46.38 بالمائة من سطيف و 29.41 بالمائة من وهران و 25.00 بالمائة من ورقلة معرفتهم بأمكنة أحداث ألعاب الفيديو.

يبين اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مفردات العينة فيما يخص معرفة الأمكنة التي تجري فيها أحداث ألعاب الفيديو وهذا لصالح المنتمين لولاية سطيف الذين توجد ضمنهم أكبر نسبة ممن يعرفون تلك الأمكنة.

وقد يكون مرد ذلك أن ثقافة ألعاب الفيديو أعلى لدى مفردات العينة المنتمين لولاية سطيف والأمر ذو صلة بأدوات اللعب والألعاب الأكثر لديهم مقارنة ببقية مفردات العينة (أنظر الجدولين رقم 81 و 83). إضافة إلى أنواع ألعاب الفيديو في حد ذاتها، حيث ترتفع نسبة ألعاب المحاكاة الرياضية لدى مفردات العينة من ولاية سطيف وهي الألعاب التي تحوي أكبر قدر من مؤشرات السياق المكاني للأحداث (أنظر الجدول رقم 82).

ومنه نستنتج أن لمتغير ولاية الإقامة تأثير على مدى معرفة الولايات التي تقع فيها أحداث ألعاب الفيديو.

الجدول رقم (120): مدى معرفة زمن أحداث ألعاب الفيديو برأي أفراد العينة، حسب متغير مكان الإقامة

الإجابات	ولايات إقامة العينة								P
	الجزائر		سطيف		وهران		ورقلة		
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	
نعم	32	33.33	64	47.83	16	21.37	11	45.84	0.15
لا	64	66.67	36	52.17	35	68.63	13	54.16	
المجموع	96	100	69	100	51	100	24	100	

أبدى غالبية أفراد العينة ومن الولايات الأربع عدم معرفته للزمن الذي تجري فيه أحداث معظم ألعاب الفيديو التي لديهم بنسب 66.67 بالمائة و 52.17 بالمائة و 68.63 بالمائة و 54.16 بالمائة على التوالي، حسب ما يتبين من أرقام الجدول رقم (120).

ويظهر اختبار كا2 عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مفردات العينة من الولايات الأربع بخصوص مدى معرفة زمن أحداث ألعاب الفيديو.

ومنه لا تأثير لمتغير ولاية الإقامة على مدى معرفة مفردات العينة للزمن الذي تجري فيه أحداث ألعاب الفيديو.

الجدول رقم (121): مدى رغبة أفراد العينة في أن يصبحوا مثل أبطالهم المفضلين، حسب متغير مكان الإقامة

الإجابات	ولايات إقامة العينة								P
	الجزائر		سطيف		وهران		ورقلة		
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	
نعم	77	80.21	66	95.65	44	86.27	21	87.50	**0.04**
لا	19	19.79	03	04.35	07	13.73	03	12.50	
المجموع	96	100	69	100	51	100	24	100	

يظهر الجدول رقم (121) أن الغالبية من أفراد العينة ومن الولايات الأربع أبدوا رغبتهم في أن يصبحوا مثل أبطالهم المفضلين بنسب 80.21 بالمائة و 95.65 بالمائة و 86.27 بالمائة و 87.50 بالمائة على التوالي.

بالمقابل أظهر 19.79 بالمائة من المبحوثين من الجزائر و 04.35 بالمائة من سطيف و 13.73 بالمائة من وهران و 12.50 بالمائة من ورقلة عدم رغبتهم في أن يصبحوا مثل أبطالهم المفضلين.

ويبين اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مفردات العين في مدى الرغبة في أن يصبحوا مثل أبطالهم المفضلين، لصالح ولاية سطيف. وتنطبق هنا نفس التفسيرات المقدمة في الجدول رقم (119) وهو ثقافة ألعاب الفيديو أعلى لدى مفردات العينة المنتمين لولاية سطيف والأمر ذو صلة بأدوات اللعب والألعاب الأكثر لديهم مقارنة ببقية مفردات العينة (أنظر الجدولين رقم 81 و 83). إضافة إلى أنواع ألعاب الفيديو في حد ذاتها، حيث ترتفع نسبة ألعاب المحاكاة الرياضية لدى مفردات العينة من ولاية سطيف وهي الألعاب التي تحوي شخصيات واقعية تأمل العينة الوصول إلى مستواها وإنجازاتها (الرياضية).

ومنه نستنتج أن لمتغير ولاية الإقامة تأثير على مدى رغبة مفردات العينة في أن يصبحوا مثل أبطالهم المفضلين.

الجدول رقم (122): تقليد أفراد العينة لأبطالهم المفضلين، حسب متغير مكان الإقامة

الإجابات	ولايات إقامة العينة								P
	الجزائر		سطيف		وهران		ورقلة		
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	
نعم	43	44.79	54	78.26	26	50.98	10	41.67	**0.001**
لا	53	55.21	15	21.74	25	49.02	14	58.33	
المجموع	96	100	69	100	51	100	24	100	

تشير معطيات الجدول رقم (122) أن من سبق لهم تقليد أبطالهم المفضلين في ألعاب الفيديو هم الأكثرية من بين المبحوثين من ولايتي سطيف و وهران بسبتي 78.26 بالمائة و 50.98 بالمائة على التوالي بينما هم الأقلية بالنسبة للمبحوثين من ولايتي الجزائر و ورقلة بنسبتي 44.79 بالمائة و 41.7ذ67 بالمائة على التوالي. بالمقابل يمثل من لم يسبق لهم تقليد أبطالهم المفضلين الأكثرية لدى المبحوثين من الجزائر و ورقلة بنسبتي 55.21 بالمائة و 58.33 بالمائة على التوالي، والأقلية لدى الولايتين الأخريين بنسبتي 21.74 بالمائة و 49.02 بالمائة.

وكان أفراد العينة من الولايات الأربع قد ذكروا بأنهم قلدوا أبطالهم المفضلين في الملبس والمظهر وفي القتال وفي السرعة و في ممارسة ألعاب واقعية مع الزملاء تحاكي أحداث قصص ألعاب الفيديو.

ويظهر اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مفردات العينة من الولايات الأربع بخصوص تقليدهم لأبطالهم المفضلين في ألعاب الفيديو وهذا لصالح المنتمين لولاية سطيف والذين كانوا أكثر تقليدا.

وتنطبق هنا نفس التفسيرات المذكورة في الجدول السابق (121).

ومنه نستنتج أن لمتغير ولاية الإقامة تأثير على مدى تقليد مفردات العينة لأبطال ألعاب الفيديو المفضلين لديهم.

الجدول رقم (123): إمكانية حصول أحداث ألعاب الفيديو في الواقع برأي العينة، حسب متغير مكان الإقامة

الإجابات	ولايات إقامة العينة								P
	الجزائر		سطيف		وهران		ورقلة		
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	
نعم	16	16.67	16	23.19	08	15.69	02	08.33	0.37
لا	80	83.33	53	76.81	43	84.31	22	91.67	
المجموع	96	100	69	100	51	100	24	100	

يظهر الجدول رقم (123) أن الأغلبية الساحقة من أفراد العينة من الولايات الأربع لا يعتقدون بإمكانية حصول أحداث ألعاب الفيديو في الواقع وذلك بنسب 83.33 بالمائة و 76.81 بالمائة و 84.31 بالمائة و 91.67 بالمائة على التوالي. بالمقابل يعتقد 16.67 بالمائة و 23.19 بالمائة و 15.69 بالمائة و 08.33 بالمائة إمكانية حصول هذه الأحداث في الواقع.

ولا يظهر اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مفردات العينة في مدى إمكانية حصول ألعاب الفيديو في الواقع. بالنظر إلى أن ألعاب الحركة هي السائدة عندهم وهي تحوي الكثير من الأمور التي لا تتوافق والواقع ومن ثم من السهولة بمكان الحكم بعدم إمكانية حصولها.

ومنه نستنتج أن لا تأثير لمتغير ولاية الإقامة على مدى اعتقاد مفردات العينة بإمكانية حصول أحداث ألعاب الفيديو في الواقع.

المطلب الرابع : تفاعل العينة مع خصائص شكل ومضمون ألعاب الفيديو حسب متغير المستوى المعيشي

الجدول رقم (124): ترتيب الأمور التي تعجب أفراد العينة في ألعاب الفيديو، حسب متغير المستوى المعيشي

الأمور المحبوبة في ألعاب الفيديو	المستوى المعيشي						P
	تحت المتوسط		المتوسط		فوق المتوسط		
	متوسط	انحراف	متوسط	انحراف	متوسط	انحراف	
متعة الفوز	03.00	1.82	02.00	1.70	02.00	1.52	0.10
بطل القصة	02.00	1.64	03.00	1.36	02.00	1.63	0.52
أحداث القصة	03.00	1.51	03.00	1.68	03.00	1.80	**0.02**
الرسوم	04.00	1.47	04.00	1.49	04.00	1.43	0.77
الألوان	05.00	1.48	05.00	1.56	05.00	1.42	0.55
الموسيقى	04.00	1.73	04.00	1.42	04.00	1.45	0.33

تشير معطيات الجدول رقم (124) إلى أن متعة الفوز تأتي في مقدمة الأمور المحبوبة في ألعاب الفيديو، بالنسبة لأصحاب المستويين المعيشيين المتوسط وفوق المتوسط، بمتوسط (02.00) وتأتي في المركز الثاني بالنسبة لأصحاب المستوى المعيشي تحت المتوسط رفقة أحداث القصة بمتوسط (03.00) وراء بطل القصة (02.00).

ويتقاسم بطل القصة ريادة ترتيب الأمور المحبوبة في ألعاب الفيديو رفقة متعة الفوز (02.00) بالنسبة لأصحاب المستوى المعيشي فوق المتوسط، تليهما أحداث القصة (03.00). ويحل بطل القصة رفقة أحداث القصة في المركز الثاني وراء متعة الفوز بالنسبة لأصحاب المستوى المعيشي المتوسط (03.00).

ويشير اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مفردات العينة من المستويات المعيشية الثلاث بالنسبة لأحداث القصة، بينما لم تسجل فروق بالنسبة لبقية الأمور. والتباين الحاصل بخصوص أحداث القصة لم يؤثر على ترتيبها بالنسبة للمستويات المعيشية الثلاث، حيث حلت في المقام الثاني.

وعلى العموم لم يؤثر متغير المستوى المعيشي على ترتيب الأمور المحبوبة لدى العينة.

الجدول رقم (125): مدى معرفة أفراد العينة للأمكنة التي تجري فيها أحداث ألعاب الفيديو، حسب متغير المستوى المعيشي

الإجابات	المستوى المعيشي						P
	تحت المتوسط		المتوسط		فوق المتوسط		
	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	
نعم	22	28.21	23	28.05	29	36.25	0.43
لا	56	71.79	59	71.95	51	63.75	
المجموع	78	100	82	100	80	100	

يظهر من خلال الجدول رقم (125) أن الغالبية العظمى من أفراد العينة من أصحاب المستويات المعيشية الثلاث لا يعرفون الأمكنة التي تجري فيها ألعاب الفيديو، حيث نفى 71.79 بالمائة من أصحاب المستوى المعيشي تحت المتوسط و 71.79 بالمائة من أصحاب المستوى المتوسط و 63.75 بالمائة من أصحاب المستوى معرفتهم بمسرح أحداث ألعاب الفيديو. وذكر 28.21 بالمائة من المستوى الأول و 28.05 بالمائة من المستوى الثاني و 36.25 بالمائة من المستوى الثالث معرفتهم بذلك. وكانت الولايات المتحدة الأمريكية وفرنسا واليابان أكثر الدول التي تكرر ذكرها من قبل أفراد العينة الذين أكدوا معرفتهم بأماكن حصول أحداث ألعاب الفيديو، وقلة قليلة منهم ذكروا الجزائر.

ويبين اختبار كا2 عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مفردات العينة من المستويات المعيشية الثلاثة فيما يخص مدى معرفة الأمكنة التي تجري فيها أحداث ألعاب الفيديو.

ومنه نستنتج أن لا تأثير لمتغير المستوى المعيشي على مدى معرفة مفردات العينة للأمكنة التي تجري فيها أحداث ألعاب الفيديو

الجدول رقم (126): زمن أحداث ألعاب الفيديو حسب أفراد العينة، حسب متغير المستوى المعيشي

الإجابات	المستوى المعيشي						P
	تحت المتوسط		المتوسط		فوق المتوسط		
	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	
نعم	28	35.90	23	28.04	41	51.25	**0.05**
لا	50	64.10	59	71.96	39	48.75	
المجموع	78	100	82	100	80	100	

يظهر الجدول رقم (126) أن 64.10 بالمائة من أفراد العينة المنتمين إلى أصحاب المستوى المعيشي تحت المتوسط و 71.96 بالمائة من أصحاب المستوى المتوسط و 48.75 بالمائة من أصحاب

المستوى فوق المتوسط، لا يعرفون الزمن الذي تجري فيه معظم أحداث ألعاب الفيديو التي يمارسونها. ويؤكد 35.90 بالمائة من أصحاب المستوى الأول و28.04 بالمائة من أصحاب المستوى الثاني و 51.25 بالمائة من أصحاب المستوى الثالث بأنهم يعرفون زمن أحداث ألعاب الفيديو التي يمارسونها.

ويظهر اختبار كا2 وجود فرق ذات دلالة إحصائية بين أصحاب المستويات المعيشية الثلاث فيما يخص مدى معرفة زمن أحداث ألعاب الفيديو، وهذا لصالح أصحاب المستوى المعيشي فوق المتوسط، حيث كانوا الأكثر معرفة لزمن أحداث ألعاب الفيديو. وقد يعود ذلك إلى أن أصحاب المستوى المعيشي فوق المتوسط بما يملكونه من عدد آلات أكبر وأكثر تطورا تعد ممارسة ألعاب الفيديو لديهم أكثر احترافية من نظرائهم من المستويات المعيشية الثلاث، ومن ثم يملكون خبرة أكبر وأدوات أكثر تطورا تسمح لهم باكتشاف زمن أحداث ألعاب الفيديو.

ومنه نستنتج أن لمتغير المستوى المعيشي تأثير على مدى معرفة مفردات العينة لزمن أحداث ألعاب الفيديو.

الجدول رقم (127): مدى رغبة أفراد العينة في أن يصبحوا مثل أبطالهم المفضلين، حسب متغير المستوى المعيشي

الرغبة في محاكاة الأبطال المفضلين	المستوى المعيشي						P
	تحت المتوسط		المتوسط		فوق المتوسط		
	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	
نعم	67	85.90	71	86.59	70	87.50	0.95
لا	11	14.10	11	13.41	10	12.50	
المجموع	78	100	82	100	80	100	

أبدى 85.90 بالمائة من أصحاب المستوى المعيشي تحت المتوسط و 86.59 بالمائة من أصحاب المستوى المعيشي المتوسط و 87.50 بالمائة من أصحاب المستوى المعيشي فوق المتوسط رغبتهم في أن يكونوا مثل أبطالهم المفضلين، حسب ما يظهره الجدول رقم (127). بالمقابل لم يبد سوى 14.10 بالمائة من المستوى الأول و 13.41 بالمائة من المستوى الثاني و 12.50 بالمائة من المستوى الثالث رغبتهم في أن يصبحوا مثل أبطالهم المفضلين.

ولا يظهر اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مفردات العينة من أصحاب المستويات المعيشية الثلاثة حول مدى الرغبة في تقليد أبطال ألعاب الفيديو المفضلين لديهم.

ومنه نستنتج أن لا تأثير لمتغير المستوى المعيشي على مدى رغبة العينة في تقليد أبطالها المفضلة.

الجدول رقم (128): تقليد أفراد العينة لأبطالهم المفضلين، حسب متغير المستوى المعيشي

تقليد أبطال ألعاب الفيديو	المستوى المعيشي						P
	تحت المتوسط		المتوسط		فوق المتوسط		
	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	
نعم	44	56.41	39	47.56	50	62.50	0.15
لا	34	43.59	43	52.44	30	37.50	
المجموع	78	100	82	100	80	100	

تظهر معطيات الجدول رقم (128) أن 56.41 بالمائة من أصحاب المستوى المعيشي تحت المتوسط و 62.50 بالمائة من أصحاب المستوى فوق المتوسط سبق لهم وأن قلدوا أبطالهم المفضلين وهم الأكثرية ضمن مستوييهما المعيشي مقابل على التوالي 43.59 بالمائة و 37.50 بالمائة ممن أكدوا أنه لم يسبق لهم وأن قلدوا أبطالهم المفضلين. أما عند أفراد العينة من أصحاب المستوى المعيشي المتوسط فقد أكد 52.44 بالمائة منهم أنه لم يسبق لهم وأن قلدوا أبطالهم المفضلين مقابل 47.56 بالمائة ممن سبق لهم فعل ذلك.

وذكر أفراد العينة من المستويات المعيشية الثلاث (كما أوردناه سابقا) أنهم قلدوا أبطالهم المفضلين في الملبس والمظهر وفي القتال وفي السرعة و في ممارسة ألعاب واقعية مع الزملاء تحاكي أحداث قصص ألعاب الفيديو.

ولا يظهر اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مفردات العينة من المستويات المعيشية الثلاثة حول مدى تقليدها لأبطال ألعاب الفيديو المفضلة لديها.

ومنه نستنتج أن لا تأثير لمتغير المستوى المعيشي على مدى تقليد العينة لأبطالها المفضلين في ألعاب الفيديو.

الجدول رقم (129): إمكانية حصول أحداث ألعاب الفيديو في الواقع برأي العينة، حسب متغير المستوى المعيشي

واقعية أحداث ألعاب الفيديو	المستوى المعيشي						P
	تحت المتوسط		المتوسط		فوق المتوسط		
	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	
نعم	15	19.23	10	12.20	17	21.25	0.28
لا	63	80.77	72	87.80	63	79.75	
المجموع	78	100	82	100	80	100	

مع أن معطيات الجدول رقم (129) أظهرت نسبة كبيرة ممن سبق لهم وأن قلدوا أبطالهم المفضلين إلا أن أرقام الجدول (126) تؤكد قناعة هؤلاء بعدم واقعية أحداث ألعاب الفيديو. فقد أكد 80.77 بالمائة من المستوى الأول و 87.80 بالمائة من المستوى الثاني و 79.75 بالمائة من أصحاب المستوى الثالث بأنهم لا يعتقدون بإمكانية حصول أحداث ألعاب الفيديو في الواقع. ويرى 19.23 بالمائة من المستوى الأول و 12.20 بالمائة من المستوى الثاني و 21.25 بالمائة من المستوى الثالث بالمقابل بأن هنالك إمكانية لحدوث ألعاب الفيديو في الواقع.

ولا يظهر اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مفردات العينة حول اعتقادهم بمدى إمكانية حصول أحداث ألعاب الفيديو في الواقع.

وقد تعود الإجابات التي قدمت بالإيجاب من عينة ركزت على ألعاب المحاكاة بنوعيها (الرياضية والواقعية).

ومنه نستنتج أن لا تأثير لمتغير المستوى المعيشي على اعتقاد العينة بإمكانية حصول أحداث ألعاب الفيديو في الواقع.

المبحث الرابع : تفاعل العينة مع القيم المحتواة في ألعاب الفيديو:

يشار في هذا الجزء من نتائج الاستطلاع الميداني بأن طبيعة العينة المتمثلة في الأطفال لا تسمح باستفسارهم بشكل مباشر عن القيم. فعدم تلاؤم سنهم لذلك وجاذبية تسميات القيم في حد ذاتها أو عدم جاذبيتها قد تدفعهم إلى إجابات مغلوطة. لذا اعتمد الباحث في استنتاج التفاعل مع القيم المحتواة على أسئلة غير مباشرة لكنها تحمل بالتأكيد دلالات على القيم المتبناة من خلال ممارسة ألعاب الفيديو. ومن ذلك الأشياء المتعلمة من هذه الألعاب، والخصائص المحبوبة لدى الأبطال في الألعاب المفضلة لديهم وقدرات هؤلاء الأبطال وصفاتهم وأخلاقهم وأهدافهم وكذا مواصفات وقدرات وأخلاق وأهداف العدو أو المنافس في ذات الألعاب.

ولم يركز الباحث على الأمور التي تم فيها تقليد الأبطال، لأن ذلك قد يكون ظرفيا ومرده استثارة عاطفية لحظية فقط.

وتجد خطوة استنتاج القيم المحتواة في الألعاب، من خلال ما ذكر سابقا، مشروعيتها في خصائص مرحلة الطفولة المتأخرة والتي تتسم بالمبادرة العقلية و التصميم و طلاقة الأفكار والاستثارة العقلية والحاجة إلى الفهم، وكذا نمو المفاهيم والمدركات الكلية و تحدد القدرة على التفسير و التقييم و ملاحظة الفروق، وازدياد القدرة على التركيز وبدأ المعايير والمفاهيم المجردة في النمو كمفاهيم الظلم و العدل و الخير و الشر والثواب والعقاب بغض النظر عن الظروف التي تحدث فيها.

المطلب الأول : تفاعل العينة مع القيم المحتواة في ألعاب الفيديو حسب المعطيات العامة :

الجدول رقم (130): الأشياء التي تعلمها المبحوثون من ممارسة ألعاب الفيديو

طبيعة ما تم تعلمه	الأشياء المتعلمة من المبحوثين	التكرار	النسبة المئوية	معدل النسبة المئوية
عقلية	الانتباه	145	60.42	39.80
	القراءة السريعة	46	19.17	
حركية	المهارة	137	57.08	41.66
	التحكم في جهاز اللعب	28	11.67	
	السرعة	135	56.25	
نفسية	الشجاعة	95	39.58	30.83
	الإرادة	53	22.08	
أخلاقية	الصبر	55	22.92	22.92
--	أخرى	87	36.25	36.25

وضع 60.42 بالمائة من أفراد العينة الانتباه في مقدمة الأشياء التي تعلموها من ألعاب الفيديو، كما يتبين من الجدول رقم (130). وحلت المهارة في المركز الثاني بعد أن اختارها 57.08 بالمائة، وهي نسبة تقترب من نسبة الذين اعتبروا أن السرعة هي أول الأشياء المتعلمة من ألعاب الفيديو والمقدرة ب56.25 بالمائة. وتأتي بعدها الشجاعة بنسبة 39.58 بالمائة، ثم الصبر بنسبة 22.9 بالمائة فالإرادة بنسبة 22.08 بالمائة. وأخيرا حلت القراءة السريعة والتحكم في الكمبيوتر في المركزين الأخيرين بنسب تقدر على التوالي ب19.17 بالمائة بالنسبة للأولى و 11.67 بالمائة بالنسبة للثاني.

وقدم 36.25 بالمائة من أفراد العينة أشياء أخرى متعلمة من ألعاب الفيديو هي عبارة عن أشياء غير ذات صلة بموضوع بحثنا.

وبقراءة تراعي طبيعة الأمور المتعلمة يلاحظ أن الأمور الحركية جاءت في المركز الأول بنسبة 41.66 ، تلتها الأمور العقلية بنسبة 39.80 بالمائة ثم الأمور النفسية بنسبة 30.83 بالمائة وأخيرا الأمور الأخلاقية بنسبة 22.92 بالمائة. (لا يمكن إدراج الأمور الأخرى ضمن الترتيب لكونها غير ذات صلة بموضوع البحث).

ويلاحظ تقارب كبير بين الأمور العقلية والأمور الحركية المتعلمة، وهذا يتطابق نسبيا مع خصوصية ألعاب الفيديو التي يقوم مبدأ اللعب فيها على الحركية ومواجهة المواقف المختلفة بإعمال العقل والحركة، والاثنان هما اللذان يعطيان الصبغة النفسية للبطل، أو يؤثران على نفسية الممارس أصلا. وتأتي الأخلاق كشيء ثانوي (أنظر الجدول رقم 44).

الجدول رقم (131): القدرات التي تسمح للاعب بالفوز في ألعاب الفيديو، حسب المبحوثين

طبيعة ما تم تعلمه	الأشياء المتعلمة من المبحوثين	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
عقلية	الذكاء	01.00	1.51
	فهم التعليمات	05.00	1.91
	الانتباه	04.00	1.66
حركية	المهارة	03.00	1.71
	السرعة	04.00	1.84
نفسية	عدم التردد	06.00	1.63
	الصبر	05.00	1.91

توافقت معطيات الجدول رقم (131) مع تلك الخاصة بالجدول رقم (130) عموما، حيث حصلت القدرات الحركية على أدنى المتوسطات الحسابية (عموما). فقد نالت المهارة على متوسط حسابي مقداره (03.00) والسرعة على متوسط (04.00).

وحلت القدرات العقلية في المركز الثاني، حيث نال الذكاء أدنى متوسط حسابي على الإطلاق ب(01.00) ونال فهم التعليمات على (05.00).

وأخيرا حلت القدرتان النفسيتان وهما الصبر (05.00) وعدم التردد (06.00) في المراكز الأخيرة.

كما سبقت الإشارة إليه جاء ترتيب طبيعة القدرات على العموم متوافقا مع ترتيب طبيعة الأمور المتعلمة مع اختلاف طفيف فيما يخص النفسي والأخلاقي.

الجدول رقم (132): مواصفات البطل المفضل في ألعاب الفيديو بالنسبة للمبحوثين (من ناحية الجنس)

جنس البطل	التكرارات	النسبة المئوية
ذكر	139	57.92
أنثى	101	42.08
المجموع	240	100

يظهر الجدول رقم (132) أن 57.92 بالمائة من أفراد العينة يفضلون أن يكون بطلهم المفضل في ألعاب الفيديو ذكرا، في حين يفضل 42.08 بالمائة منهم أن يكون البطل أنثى.

وتؤكد هذه النتائج سيادة نسبية لفكرة البطل الذكر في أذهان العينة. والفكرة ذاتها تم ملاحظتها في الجزء التحليلي من الدراسة، حيث لوحظ سيادة البطل الذكر على البطلة.

الجدول رقم (133): مواصفات البطل المفضل في ألعاب الفيديو بالنسبة للمبحوثين (من ناحية السن)

سن البطل	التكرارات	النسبة المئوية
1. طفل	51	21.25
2. مراهق	133	55.42
3. بالغ	56	23.33
المجموع	240	100

يشير الجدول رقم (133) بأن 55.42 بالمائة من المبحوثين يفضلون أن يكون بطلهم المفضل مراهقا، بينما يفضل 23.33 بالمائة منهم بطلا بالغا، ليأتي من يفضل أن يكون البطل طفلا في المركز الثالث بنسبة 21.25 بالمائة من مجموع أفراد العينة.

ويمكن تفسير هذه النتائج بأن الأطفال دوما يفترضون بأنهم أكبر من سنهم، لذا وهم في مرحلة الطفولة المتأخرة يعتبرون أنفسهم مراهقين ويفضلون أن يكون أبطالهم من هذه الفئة. كما أن رغبتهم الجامحة في التحلي بنفس قدرات وصفات البطل تجعلهم يتمنون حدوث ذلك مبكرا.

الجدول رقم (134): مواصفات البطل المفضل في ألعاب الفيديو بالنسبة للمبحوثين (من ناحية الوضع المالي)

وضع البطل المادي	التكرارات	النسبة المئوية
1. فقير	15	6.25
2. متوسط	105	43.75
3. غني	120	50.00
المجموع	240	100

تظهر معطيات الجدول رقم (134) أن 50 بالمائة من المبحوثين يفضلون أن يكون بطلهم المفضل غنيا في حين يفضل 43.75 بالمائة من المبحوثين أن يكون البطل متوسطا من ناحية الوضع المالي. أخيرا يفضل 6.25 بالمائة من أفراد العينة أن يكون البطل فقيرا.

تظهر هذه المعطيات أن الأطفال يربطون إلى حد ما بين البطولة والوضع المادي المريح، ربما لاعتبارهم عدم قدرة الإنسان الفقير على مجاراة متطلبات البطولة التي تكون مرتبطة بأشياء مادية في الغالب (سيارات – اقتناء آلات وأدوات – أسلحة...الخ).

الجدول رقم (135): مواصفات البطل المفضل في ألعاب الفيديو بالنسبة للمبحوثين (من ناحية النوع)

نوع البطل	التكرارات	النسبة المئوية
1. آلة	29	12.08
2. إنسان	199	82.92
3. حيوان	12	5.00
المجموع	240	100

يفضل 82.92 بالمائة من المبحوثين أن يكون بطلهم المفضل إنسانا، حسب ما يتبين من أرقام الجدول رقم (135)، مقابل 12.08 بالمائة ممن يفضلون أن يكون هذا البطل آلة و 5 بالمائة فقط ممن يفضلون أن يكون حيوانا.

وتتوافق هذه النتائج مع الرغبة في رؤية شخصيات واقعية، والابتعاد عن طابع الخيال. وتتوافق هذه النتائج أيضا مع ما تم استنتاجه في الجزء التحليلي من الدراسة (أنظر الجدول رقم 28).

الجدول رقم (136): مواصفات البطل المفضل في ألعاب الفيديو بالنسبة للمبحوثين (من ناحية الشكل)

نوع البطل	التكرارات	النسبة المئوية
جميل	08	3.34
قوي	54	22.50
قوي وجميل	149	62.08
عادي	29	12.08
المجموع	240	100

يظهر الجدول رقم (136) بأن 62.08 بالمائة من أفراد العينة يفضلون أن يكون بطلهم في ألعاب الفيديو قويا وجميلا في آن واحد، بينما يفضله 22.50 بالمائة منهم قويا فقط. واختار 12.08 بالمائة من أراد العينة أن يكون بطلهم عاديا، في حين يفضل 3.34 بالمائة من أفراد العينة أن يكون بطلهم جميلا فقط.

تؤكد هذه النتائج على الصورة النمطية التي يقدم بها البطل في مختلف وسائل الإعلام و في ألعاب الفيديو، وهي صورة البطل الذي يجمع بين القوة والجمال دون الاكتفاء بأحدهما فقط. وهذه الصورة ترسّخت لدى العينة التي تولي أهمية لهذا العنصر، علما أن ألعاب الفيديو بما تتيحه من واقعية من خلال الصور الثلاثية الأبعاد تجسد هاتين الصفتين بشكل عالي أيضا.

الجدول رقم (137): القدرات التي يحبها المبحوثون في أبطال ألعاب الفيديو المفضلين لديهم

طبيعة القدرات	القدرات	التكرارات	النسبة المئوية	معدل النسبة المئوية
عقلية	الذكاء	162	67.50	43.34
	العلم	46	19.17	
حركية وجسمانية	القوة	201	83.75	63.19
	السرعة	138	57.50	
	المهارة	116	48.33	
نفسية	الشجاعة	67	27.92	27.92
أخرى	أخرى	60	25.00	25.00

حلت القوة في مقدمة القدرات التي يحبها المبحوثون في أبطال ألعاب الفيديو المفضلين لديهم بنسبة 83.75 بالمائة، حسب معطيات الجدول رقم (137). وجاء الذكاء والسرعة في المركزين الثاني والثالث بنسبة 67.50 بالمائة بالنسبة للأول و 57.50 بالمائة بالنسبة للثانية. واعتبر 48.33 بالمائة من أفراد العينة أن المهارة هي من القدرات التي يحبونها في أبطالهم المفضلين في ألعاب الفيديو، بينما اختار 27.92 بالمائة منهم الشجاعة و19.17 بالمائة منهم العلم. واختار 25 بالمائة من المبحوثين قدرات أخرى لا تحمل صفة العمومية ومرتبطة بخصوصية كل لعبة.

وبتمييز القدرات من حيث طبيعتها، يلاحظ أن القدرات الحركية والجسمانية هي التي تكررت أكثر، تليها القدرات ذات الطبيعة العقلية ثم القدرات ذات الطبيعة النفسية. وهذه التراتبية قريبة جدا من التراتبية التي وجدناها في الجدول رقم (44) والخاصة بقيم البطل المحتواة في ألعاب الفيديو.

الجدول رقم (138): الأخلاق التي يحبها المبحوثون في أبطال ألعاب الفيديو المفضلين لديهم

الأخلاق	التكرارات	النسبة المئوية
الصبر	86	35.83
العدالة	74	30.83
مساعدة الآخرين	108	45.00
التضحية	108	45.00
فعل الخير	96	40.00
الصدق	107	44.58
الوفاء	54	22.50
أخرى	143	59.58

تظهر معطيات الجدول رقم (138) أن 45 بالمائة من العينة يحبون خُلُق مساعدة الآخرين في أبطال ألعاب الفيديو المفضلين لديهم وكذا خلق التضحية، متبوعين بخلق الصدق الذي اختاره 44.58

بالمائة من العينة ثم خلق فعل الخير الذي ذكره 40.00 بالمائة من المبحوثين. وحل خلق الصبر في المركز الخامس من بين الأخلاق التي يحبها المبحوثون في أبطالهم المفضلين، بنسبة 35.83 بالمائة تليها العدالة بنسبة 30.83 بالمائة والوفاء بنسبة 22.50 بالمائة. وذكر 59.58 بالمائة من أفراد العينة العشرات من الأخلاق الأخرى التي لا تخدم موضوع بحثنا لكونها مرتبطة بحيثيات ألعاب الفيديو التي يمارسونها.

ويسجل هنا أن خلق مساعدة الآخرين والتضحية اللتان كانتا أكثر ترددا هما القيمتين اللتين تتصدران القيم الاجتماعية لأبطال ألعاب الفيديو حسب ما يظهره الجدول رقم (44).

كما أن خلق الصبر هو الذي يتصدر القيم الأخلاقية لأبطال ألعاب الفيديو كما ورد في الجدول رقم (44). وكان الوفاء ضمن القيم الأخلاقية لأبطال ألعاب الفيديو المدروسة في الجزء التحليلي.

الجدول رقم (139): الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها أبطال ألعاب الفيديو المفضلين لدى المبحوثين

الأهداف	التكرارات	النسبة المئوية
محاربة الظلم	66	27.50
تحقيق العدالة	52	21.67
التفوق على الآخرين	114	47.50
فعل الخير	66	27.50
أخرى	47	19.58

يظهر الجدول رقم (139) أن 47.50 بالمائة من العينة يعتبرون أن التفوق على الآخرين هدف أبطال ألعاب الفيديو المفضلين لديهم، بينما اعتبر 27.50 بالمائة من المبحوثين أن أبطالهم يهدفون إلى محاربة الظلم وهي نفس نسبة الذين ذكروا هدف فعل الخير. وجاء تحقيق العدالة في المركز الرابع، حيث ذكرها 21.67 بالمائة من المبحوثين. وذكر 19.58 بالمائة من العينة أهدافا أخرى مرتبطة بخصوصية كل لعبة وليس أهداف عامة.

تعتقد العينة الخيرية في أبطال ألعاب الفيديو المفضلة لديها بدليل أن كل أهدافها خيرية، مع العلم أن الكثير من أبطال ألعابهم المفضلة لا يحملون بالضرورة صفة الخيرية حيث وجد أن الكثير منهم عبارة عن لصوص أو حتى إرهابيين. وقد تؤشر هذه النتيجة إلى أن تقييم الأطفال متماثل للقيم المحتواة في الألعاب رغم تباين الأدوار التي يختارونها أو تفرض عليهم، بحيث تعد إيجابية دوما عندهم، سواء تمثلوا دور البطل أو عدوه أو منافسه.

الجدول رقم (140): الأخلاق التي يتصف بها العدو أو المنافس في ألعاب الفيديو حسب المبحوثين

أخلاق العدو أو المنافس	التكرارات	النسبة المئوية
الكذب	65	27.08
العنف	78	32.50
الغش	43	17.92
الظلم	93	38.75
الخيانة	38	15.83
الكراهية	27	11.25
حب الشر	78	32.50
أخرى	61	25.42

اعتبر 38.75 بالمائة من المبحوثين أن الظلم هو من أكثر الأخلاق "السيئة" التي يتصف بها العدو أو المنافس في ألعاب الفيديو، حسب معطيات الجدول رقم (140)، متبوعا بخلقي العنف و حب الشر بنفس النسبة لكيلهما وهي 32.50 بالمائة. أما الأخلاق السيئة الأخرى التي ذكرها المبحوثون فهي الكذب بنسبة 27.08 بالمائة و الغش (17.92 بالمائة) و الخيانة (15.83 بالمائة) و الكراهية (11.25 بالمائة). وذكر 25.42 بالمائة أخلاقا سيئة أخرى مرتبطة بخصوصية كل لعبة ولا تحمل صفة عامة.

وعلى العموم هي أخلاق تتصف بالسوء. غير أن الملاحظ وجود قيمة العنف التي تتوافر أيضا لدى الأبطال، لكن تقييمها مختلف بحيث أنها تعتبر قوة عند البطل وعنفا لدى العدو أو المنافس (من منظور العينة).

الجدول رقم (141): الأهداف التي يسعى العدو أو المنافس إلى تحقيقها في ألعاب الفيديو حسب المبحوثين

الأهداف	التكرارات	النسبة المئوية
السرقة	81	33.75
السيطرة على الآخرين	69	28.75
قتل الطيبين	100	41.67
التدمير	62	25.83
الفوز بكل الطرق	38	15.83
أخرى	51	21.25

يتضح من الجدول رقم (141) أن 41.67 بالمائة من أفراد العينة يعتبرون أن قتل الطيبين هو الهدف الذي يسعى إلى تحقيقه العدو أو المنافس في ألعاب الفيديو. ويسعى العدو إلى السرقة حسب 33.75 بالمائة من العينة، بينما يذكر 28.75 بالمائة السيطرة على الآخرين كهدف للعدو أو المنافس في ألعاب

الفيديو. وأشار 25.83 بالمائة من المبحوثين إلى التدمير كهدف للعدو أو المنافس، في حين اعتبر 15.83 بالمائة أن هدف العدو أو المنافس هو الفوز بكل الطرق. وذكر 21.25 بالمائة الكثير من الأهداف الأخرى المرتبطة بخصوصية كل لعبة والتي لا تحمل طابع العموم.

والملاحظ أنه بإزالة السمة السلبية على هذه الأهداف نلاحظ أنها نفس أهداف البطل على العموم، فالبطل يسعى إلى قتل عدوه وتدميره والفوز عليه مهما كانت الأساليب الموصلة إلى ذلك، كما أنه يسعى إلى السيطرة على المنافس أو العدو.

ومنه فإن الأهداف هي ذاتها تقريبا مع فروق في التقييم الشخصي. فما يقوم به البطل يعد مشروعا من منظور العينة، وما يقوم به المنافس أو العدو يعد غير مشروع حتى وإن كانت الأساليب ذاتها من الطرفين.

المطلب الثاني : تفاعل العينة مع القيم المحتواة في ألعاب الفيديو حسب متغير الجنس

الجدول رقم (142): الأمور المتعلمة من العينة من ممارسة ألعاب الفيديو، حسب متغير الجنس

طبيعة الأمور المتعلمة	الأشياء المتعلمة من ألعاب الفيديو	جنس العينة				P
		ذكور		إناث		
		. التكرار . النسبة	المعدل	. التكرار . النسبة	المعدل	
عقلية	الانتباه	85 69.11	43.09	60 51.28	36.32	**0.004**
	القراءة السريعة	21 17.07		25 21.37		**0.24**
حركية	المهارة	78 63.41	49.05	59 50.43	33.90	**0.02**
	التحكم في جهاز اللعب	22 17.89		06 05.13		**0.002**
	السرعة	81 65.85		54 46.15		**0.002**
نفسية	الشجاعة	57 46.34	30.08	38 32.48	22.65	**0.01**
	الإرادة	38 30.89		15 12.82		**0.001**
أخلاقية	الصبر	17 13.82	13.82	38 32.48	32.48	**0.001**
أخرى	أخرى	46 37.40	37.40	41 35.04	35.04	**0.40**

يظهر الجدول رقم (142) أن الانتباه حل في المركز الأول من حيث الأمور المتعلمة من ألعاب الفيديو، حسب ذكور العينة، متبوعا بالسرعة بنسبة 65.85 بالمائة ثم المهارة بنسبة 63.41 بالمائة. وحلت الشجاعة في المركز الرابع من حيث الأمور المتعلمة من قبل ذكور العينة، حيث ذكرها 46.34 بالمائة منهم، لتليها الإرادة بنسبة 30.89 بالمائة ثم التحكم في الكومبيوتر والقراءة السريعة بنسب متقاربة (17.89 بالمائة للأول و 17.07 بالمائة للثانية). وأجاب 13.82 بالمائة من ذكور العينة بأن الصبر من الأمور المتعلمة من ألعاب الفيديو.

ونحت إجابات إناث العينة نفس منحى إجابات ذكور العينة على العموم، ولكن بنسب مختلفة. فقد كان الانتباه من الأمور المتعلمة التي ذكرت أكثر (51.28 بالمائة) متبوعا بالمهارة بنسبة 50.43 بالمائة تليها السرعة بنسبة 46.15 بالمائة ثم الشجاعة والصبر بنسبتين متساويتين وهي 32.48 بالمائة. وذكرت

21.37 بالمائة من إناث العينة القراءة السريعة ضمن الأمور المتعلمة ثم الإرادة بنسبة 12.82 بالمائة وأخيرا التحكم في الكمبيوتر بنسبة 05.13 بالمائة.

يذكر أن 37.40 بالمائة من ذكور العينة و 35.04 بالمائة من إناثها ذكروا أمورا متعلمة أخرى مرتبطة بخصوصية اللعبة ولا تحمل طابعا عاما يخدم موضوع الدراسة.

وبتمييز الأمور المتعلمة من حيث طبيعتها، نسجل التراتبية التالية عند الذكور والمتمثلة في الأمور الحركية ثم العقلية ثم النفسية وأخيرا الأخلاقية (الأمور الأخرى لم تحتسب في الترتيب).

ويتغير الترتيب عند الإناث، بحيث تأتي الأمور العقلية في المقدمة تليها الحركية ثم الأخلاقية وأخيرا النفسية.

ويظهر اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من حيث الأمور المتعلمة التالية وهي : الانتباه والسرعة والانتباه والمهارة والتحكم في الجهاز والسرعة والشجاعة والإرادة والصبر.

ويمكن تفسير الفروق في كون الذكور أكثر انجذابا لما هو حركي لذا جاءت الأمور الحركية المتعلمة في الصدارة تلتها الأمور العقلية التي تفرضها طبيعة اللعبة من أجل تحقيق الفوز ثم الأمور النفسية وأخيرا الأمور الأخلاقية. ويختلف الأمر عند الإناث اللواتي ذكرن الأمور العقلية قبل الأمور الحركية. كما وضعن الأمور الأخلاقية قبل الأمور النفسية، بسبب ميولاتهن العاطفية الأكبر، مقارنة بالذكور.

الجدول رقم (143): ترتيب القدرات التي تسمح، حسب العينة، للاعب بالفوز في ألعاب الفيديو، حسب متغير الجنس

طبيعة القدرات	القدرات	جنس العينة				P
		ذكور		إناث		
		المتوسط	الانحراف	المتوسط	الانحراف	
عقلية	الذكاء	01.00	1.30	02.00	1.67	0.12
	فهم التعليمات	05.00	1.78	05.00	2.06	0.10
	الانتباه	04.00	1.64	04.00	1.68	0.69
حركية	المهارة	03.00	1.81	04.00	1.61	0.08
	السرعة	04.00	1.73	04.00	1.95	0.14
نفسية	عدم التردد	06.00	1.60	06.00	1.67	0.60
	الصبر	06.00	1.79	05.00	1.97	**0.03**

يظهر الجدول رقم (143) أن الذكاء الذي ينتمي إلى القدرات العقلية هو الذي نال أقل متوسط حسابي لدى الذكور والإناث (01.00) و (02.00) على التوالي، ومنه يعد في صدارة القدرات التي تتيح للاعب الفوز حسب العينة من الجنسين. وتأتي المهارة في المركز الثاني لديهما أيضا لكن بنسب متفاوتة. فقد كان المتوسط الحسابي لها عند الذكور (03.00) فانفردت بالمركز الثاني متبوعة بالانتباه والسرعة (04.00) ثم فهم التعليمات (05.00) وأخيرا عدم التردد والصبر (06.00). وكانت المهارة في المركز الثاني عند الإناث ب(04.00) رفقة الانتباه و السرعة (04.00) يليهم الصبر وفهم التعليمات (05.00) وأخيرا عدم التردد (06.00).

ويظهر اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بالنسبة لقدرة الصبر فقط التي تعد ذات مرتبة أعلى عند الإناث منها عند الذكور وهي تندرج ضمن القدرات النفسية. وتفسير ذلك أن الإناث أكثر استثارة عاطفية لهذا ذكرن هذه الخاصية في مرتبة أفضل من تلك التي توجد عند الذكور.

لكن على العموم لا تأثير لمتغير الجنس على ترتيب القدرات التي تسمح بالفوز في ألعاب الفيديو لدى العينة.

الجدول رقم (144): مواصفات البطل المفضل في ألعاب الفيديو بالنسبة للمبحوثين (من ناحية الجنس)، حسب متغير الجنس

جنس البطل	جنس العينة				P
	ذكور		إناث		
	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	
ذكر	120	97.56	19	16.24	**0.001**
أنثى	03	02.44	98	83.76	
المجموع	123	100	117	100	

يفضل 97.56 بالمائة من ذكور العينة أن يكون بطلهم المفضل في ألعاب الفيديو ذكرا مقابل 02.44 بالمائة فقط ممن يفضلون أن يكون أنثى، حسب ما تظهره معطيات الجدول رقم (144). بالمقابل، تفضل 83.76 بالمائة من الإناث أن يكون بطلهن المفضل في الألعاب أنثى مقابل 16.24 بالمائة ممن تفضلن أن يكون بطلهن ذكرا.

ويظهر اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية عالية بين الذكور والإناث بخصوص مواصفات البطل المفضل من حيث الجنس. فقد اختار الذكور أبطالا ذكورا والإناث بطلات. غير أن الملاحظ هو أن نسبة من فضل بطلا من الجنس الآخر أكبر عند الإناث منها عند الذكور. بمعنى أن الإناث أكثر تقبلا لفكرة البطل الذكر، من تقبل الذكور لفكرة البطلة.

ومنه نستنتج أن لمتغير الجنس تأثير على خيارات مفردات العينة حول مواصفات البطل المفضل من حيث الجنس.

الجدول رقم (145): مواصفات البطل المفضل في ألعاب الفيديو بالنسبة للمبحوثين (من ناحية السن)، حسب متغير الجنس

سن البطل	جنس العينة				P
	ذكور		إناث		
	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	
طفل	25	20.33	26	22.22	**0.01**
مراهق	60	48.78	73	62.39	
بالغ	38	30.89	18	15.39	
المجموع	123	100	117	100	

تظهر معطيات الجدول رقم (145) أن الذكور والإناث الذين يفضلون أن يكون بطلهم المفضل مراهقا يمثلون أكبر فئة، حيث اختاره 48.78 بالمائة من ذكور العينة و 62.39 بالمائة من إناث العينة. وفضل 30.89 بالمائة من الذكور أن يكون بطلهم المفضل بالغا، بينما فضل 20.33 بالمائة أن يكون بطلهم المفضل طفلا.

وجاءت خيارات الإناث مخالفة، حيث فضل 22.22 بالمائة منهن أن يكون بطلهم طفلا، بينما عبر 15.39 بالمائة منهن عن خيار البطل البالغ.

ويظهر اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث حول مواصفات البطل المفضل من ناحية السن. فمع أن كلاهما ذكر المراهق أكثر إلا أن نسبة ذكره كانت أعلى بكثير لدى الإناث منها لدى الذكور ولعل مبعث ذلك أن الإناث أكثر إحساسا بأنهن قريبات من المراهقة من الذكور.

ويلاحظ وجود فروق عالية أيضا بالنسبة لاختيارات البطل البالغ، فهي أعلى بكثير عند الذكور منها عند الإناث. ولعل مبعث ذلك طبيعة الألعاب التي يمارسها الطرفان. فكما ورد في الجدول رقم (82) فإن ألعاب المحاكاة الرياضية والواقعية التي يظهر فيها البطل البالغ هي أكثر عند الذكور منها عند الإناث.

ومنه نستنتج أن لمتغير الجنس تأثير على مواصفات البطل المفضل لدى مفردات العينة من حيث السن.

الجدول رقم (146): مواصفات البطل المفضل في ألعاب الفيديو بالنسبة للمبحوثين (من ناحية الوضع المادي)، حسب متغير الجنس

الوضع المادي للبطل	جنس العينة				P
	ذكور		إناث		
	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	
فقير	09	07.32	06	05.13	0.46
متوسط	57	46.34	48	41.02	
غني	57	46.34	63	53.85	
المجموع	123	100	117	100	

يتبين من الجدول رقم (146) أن الغنى هو في مقدمة مواصفات البطل المفضل من ناحية الوضع المادي لدى الذكور والإناث معا. فقد فضل 46.34 بالمائة من ذكور العينة أن يكون بطلهم غنيا وكذلك الأمر بالنسبة للإناث اللواتي رغب 53.85 بالمائة منهن أن يكون هذا البطل غنيا. غير أن الذكور الذين اختاروا أن يكون بطلهم المفضل متوسط الوضع المادي يمثلون نفس نسبة الفئة الأولى أي 46.34 بالمائة، بخلاف ما هو حاصل مع الإناث اللواتي اختار 41.02 بالمائة منهن أن يكون بطلهن متوسط الوضع المادي. ولم يختر سوى 07.32 بالمائة من الذكور و 05.13 بالمائة من الإناث أن يكون بطلهم المفضل فقيرا.

ولا يظهر اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث حول مواصفات البطل المفضل من حيث الوضع المادي. ومنه نستنتج بأن لا تأثير لمتغير الجنس على ذلك.

الجدول رقم (147): مواصفات البطل المفضل في ألعاب الفيديو بالنسبة للمبحوثين (من ناحية النوع)، حسب متغير الجنس

نوع البطل	جنس العينة				P
	ذكور		إناث		
	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	
آلة	18	14.64	11	09.40	0.23
إنسان	101	82.11	98	83.76	
حيوان	04	03.25	08	06.84	
المجموع	123	100	117	100	

يتضح من خلال الجدول رقم (147) أن الذكور والإناث يفضلون بنسبتين متقاربتين أن يكون بطلهم المفضل إنسانا. فقد أجاب بذلك 82.11 بالمائة من الذكور و 83.76 بالمائة من الإناث. واختار

14.64 بالمائة من الذكور أن يكون بطلهم آلة مقابل 09.40 بالمائة بالنسبة للإناث، بينما لم يفضل سوى 03.25 بالمائة من الذكور أن يكون بطلهم حيوانا مقابل 06.84 بالمائة من الإناث.

ولا يظهر اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث حول مواصفات البطل المفضل من حيث النوع. ومنه نستنتج بأن لا تأثير لمتغير الجنس على تفضيل نوع البطل لدى مفردات العينة.

الجدول رقم (148): مواصفات البطل المفضل في ألعاب الفيديو بالنسبة للمبحوثين (من ناحية الشكل)، حسب متغير الجنس

شكل البطل	جنس العينة				P
	ذكور		إناث		
	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	
جميل	03	02.44	05	04.27	0.10
قوي	35	28.46	19	16.24	
قوي وجميل	69	56.10	80	68.38	
عادي	16	13.00	13	11.11	
المجموع	123	100	117	100	

اختار 56.10 بالمائة من ذكور العينة و 68.38 بالمائة من إناث ذات العينة أن يكون بطلهم المفضل قويا وجميلا وهم من يمثلون أكبر النسب مقابل الخيارات الأخرى، حسب ما تشير إليه معطيات الجدول رقم (148).

وجاء خيار البطل القوي في المركز الثاني لدى الذكور والإناث بنسبتي 28.46 بالمائة للأول و16.24 بالمائة للثاني. وفضل 13.00 بالمائة من الذكور أن يكون بطلهم عاديا وهم ثالث أكبر فئة من حيث العدد على غرار ما هو حاصل عند الإناث اللواتي أجبن 11.11 بالمائة منهن بذات الخيار.

أخيرا لم يختر سوى 02.44 بالمائة من ذكور العينة خيار البطل الجميل مقابل 04.27 بالمائة لدى الإناث.

ولا يظهر اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من حيث تفضيلهم لشكل البطل. فكلاهما يركز على القوي والجميل ثم القوي ثم العادي وأخيرا الجميل.

ومنه نستنتج بأن لا تأثير لمتغير الجنس على تفضيلات شكل البطل لدى العينة.

الجدول رقم (149): القدرات التي يحبها المبحوثون في أبطال ألعاب الفيديو المفضلين لديهم، حسب متغير الجنس

طبيعة القدرات	القدرات المحبوبة في البطل	جنس العينة				P
		ذكور		إناث		
		التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
عقلية	الذكاء	58	47.15	104	88.89	**0.001**
	العلم	11	08.94	35	29.91	**0.001**
حركية وجسمانية	القوة	96	78.05	105	89.74	**0.01**
	السرعة	81	65.85	57	48.72	**0.005**
	المهارة	57	46.34	59	50.43	0.30
نفسية	الشجاعة	02.00	0.44	02.00	0.46	0.28
أخرى	أخرى	31	25.20	29	24.79	0.53

مثلت القوة أكثر القدرات التي يحبها ذكور العينة في أبطال ألعاب الفيديو المفضلين لديهم، إذ ذكرها 78.05 بالمائة من ذكور العينة، حسب ما يظهره الجدول رقم (149). وتأتي القوة أيضا في مقدمة إجابات إناث العينة بنسبة 89.74 بالمائة. وحلت السرعة في المركز الثاني لدى الذكور، بعد أن ذكرها 65.85 بالمائة منهم، متبوعة بالذكاء بنسبة 47.15 بالمائة ثم المهارة بنسبة 46.34 بالمائة ثم الشجاعة بنسبة 26.02 بالمائة ثم العلم بنسبة 08.94 بالمائة.

وكانت إجابات إناث العينة مختلفة نسبيا، حيث جاء الذكاء كثاني أكثر الخيارات التي تم ذكرها بنسبة 88.89 بالمائة، متبوعا بالمهارة بنسبة 50.43 بالمائة ثم السرعة بنسبة 48.72 بالمائة ثم الشجاعة والعلم بنفس النسبة أي 29.91 بالمائة.

وذكر 25.20 بالمائة من الذكور و 24.79 بالمائة من الإناث قدرات أخرى مرتبطة بخصوصية ألعابهم ولا تحمل صفة العمومية التي يمكن أن تخدم دراستنا.

ويظهر اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية عالية فيما يخص القدرات التالية (الذكاء والعلم (لصالح الإناث) والقوة والسرعة (لصالح الذكور). وتفسير هذه النتائج أن الذكور أكثر ميلا لكل ما هو حركي وجسماني مقارنة بالإناث. ومنه نستنتج على العموم أن لمتغير الجنس تأثير على ذكر القدرات المحبوبة في أبطال ألعاب الفيديو المفضلين لدى مفردات العينة.

الجدول رقم (150): الأخلاق التي يحبها المبحوثون في أبطال ألعاب الفيديو المفضلين لديهم، حسب متغير الجنس

الأخلاق	جنس العينة				P
	ذكور		إناث		
	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	
الصبر	41	33.33	45	38.46	0.24
العدالة	45	36.58	29	24.79	**0.03**
مساعدة الآخرين	61	49.59	47	40.17	0.09
التضحية	61	49.59	47	40.17	0.09
فعل الخير	53	43.09	43	36.75	0.19
الصدق	52	42.28	55	47.01	0.27
الوفاء	30	24.39	24	20.51	0.28
أخرى	68	55.28	75	64.10	0.10

يتبين من الجدول رقم (150) أن التضحية ومساعدة الآخرين من أكثر الأخلاق التي يحبها ذكور العينة، بعد أن ذكرهما 49.59 بالمائة منهم. وجاء فعل الخير في المركز الثالث بنسبة 43.09 بالمائة ثم الصدق بنسبة 42.28 بالمائة ثم العدالة بنسبة 36.58 بالمائة ثم الصبر بنسبة 33.33 بالمائة ثم الوفاء بنسبة 24.39 بالمائة.

بالمقابل، مثل الصدق أحب الأخلاق عند إناث العينة، حيث ذكره 47.01 بالمائة منهن. وذكر مساعدة الآخرين والتضحية بعدها 40.17 بالمائة منهن. وجاء بعدها الصبر بنسبة 38.46 بالمائة ثم فعل الخير بنسبة 36.75 بالمائة ثم العدالة بنسبة 24.79 بالمائة ثم الوفاء بنسبة 20.51 بالمائة.

وتحدث 55.28 بالمائة من الذكور و 64.10 بالمائة من الإناث عن أمور أخرى لا يمكن إدراجها ضمن الأخلاق.

ولا يظهر اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث بخصوص الأخلاق التي يتصف بها أبطال ألعاب الفيديو المفضلين لديهم، سوى في خلق العدالة التي ذكرها الذكور أكثر. غير أن الفروق ليست عالية جدا.

ومنه نستنتج أنه على العموم تتماثل الأخلاق المحببة لدى الطرفين، علما أن خلق مساعدة الآخرين والتضحية اللتان كانتا أكثر ترددا هما القيمتين اللتين تتصدران القيم الاجتماعية لأبطال ألعاب الفيديو المدروسة في الفصل السابق، حسب ما يظهره الجدول رقم (44).

كما أن خلق الصبر هو الذي يتصدر القيم الأخلاقية لأبطال ألعاب الفيديو كما ورد في الجدول رقم (44). وكان الوفاء ضمن القيم الأخلاقية لأبطال ألعاب الفيديو المدروسة في الجزء التحليلي.

ويمكن الاستنتاج بأن لا تأثير لمتغير الجنس على الأخلاق المحبوبة في أبطال ألعاب الفيديو لدى مفردات العينة.

الجدول رقم (151): الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها أبطال ألعاب الفيديو المفضلين لدى المبحوثين، حسب متغير الجنس

الأهداف	جنس العينة				P
	ذكور		إناث		
	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	
محاربة الظلم	38	30.89	28	23.93	0.14
تحقيق العدالة	24	19.51	28	23.93	0.25
التفوق على الآخرين	57	46.34	57	48.72	0.40
فعل الخير	30	24.39	36	30.77	0.16
أخرى	16	13.01	31	26.49	**0.007**

يظهر الجدول رقم (151) أن التفوق على الآخرين في مقدمة الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها أبطال ألعاب الفيديو حسب الذكور والإناث. فقد ذكره 46.34 بالمائة من الذكور و 48.72 بالمائة من الإناث. وكانت محاربة الظلم ثاني أكثر الأهداف ذكرا من قبل ذكور العينة بنسبة 30.89 بالمائة ثم فعل الخير بنسبة 24.39 بالمائة و أخيرا تحقيق العدالة بنسبة 19.51 بالمائة.

ولدى الإناث، كان فعل الخير ثاني أكثر الأهداف المذكورة بنسبة 30.77 بالمائة ثم محاربة الظلم وتحقيق العدالة بنفس النسبة أي 23.93 بالمائة.

وذكر 13.01 بالمائة من الذكور و 26.49 بالمائة من الإناث أهدافا أخرى لا تحمل صفة العمومية، وهي مرتبطة بخصوصية كل لعبة، وبالتالي لا يمكن أن تخدم الدراسة.

ولا يظهر اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث بخصوص الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها أبطال ألعاب الفيديو المفضلين لديهم، عدا ما تعلق منها بالأهداف الأخرى التي لا تخدم موضوع الدراسة. ومن ثم يمكن اعتبار أن هذه الأهداف التي تحمل طابع الخيرية والتفوق متماثلة لدى الطرفين.

ومنه نستنتج أن لا تأثير لمتغير الجنس على اختيارات مفردات العينة بخصوص الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها أبطال ألعاب الفيديو المفضلين لديهم.

الجدول رقم (152): الأخلاق التي يتصف بها العدو أو المنافس في ألعاب الفيديو، حسب متغير الجنس

أخلاق العدو أو المنافس	جنس العينة				P
	ذكور		إناث		
	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	
الكذب	27	21.95	38	32.48	**0.04**
العنف	51	41.46	27	23.08	**0.005**
الغش	26	21.14	17	14.53	0.41
الظلم	53	43.09	40	34.19	0.10
الخيانة	22	17.89	16	13.67	0.23
الكراهية	17	13.82	10	08.55	0.13
حب الشر	33	26.83	45	38.46	**0.03**
أخرى	22	17.89	39	33.33	**0.01**

يظهر الجدول رقم (152) أن الظلم هو أكثر الأخلاق السيئة التي ذكرها ذكور العينة، إذ ذكرها 43.09 بالمائة منهم. وحل العنف في المركز الثاني بنسبة 41.46 بالمائة ثم حب الشر بنسبة 26.83 بالمائة ثم الكذب بنسبة 21.95 بالمائة ثم الغش بنسبة 21.14 بالمائة ثم الخيانة بنسبة 17.89 بالمائة ثم الكراهية بنسبة 13.82 بالمائة.

وجاءت المعطيات بالنسبة للإناث مختلفة نسبيا، حيث ذكر 38.46 بالمائة منهن حب الشر وكان الأكثر ذكرا من قبل إناث العينة. وجاء الظلم في المركز الثاني بنسبة 34.19 بالمائة ثم الكذب بنسبة 32.48 بالمائة ثم العنف بنسبة 23.08 بالمائة ثم الغش بنسبة 14.53 بالمائة ثم الخيانة بنسبة 13.67 بالمائة وأخيرا الكراهية بنسبة 08.55 بالمائة.

وذكر 17.89 بالمائة من الذكور و 33.33 بالمائة من الإناث أمورا أخرى لا يمكن إدراجها ضمن الأخلاق.

ويظهر اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث فيما يخص الكذب، حيث ذكرته الإناث أكثر من الذكور، وهو ما يظهر أنهن أكثر حساسية تجاه هذا الخلق السيء من نظرائهن الذكور. بالمقابل كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية عالية بخصوص العنف لصالح الذكور الذين ذكروه بشكل أكبر مقارنة بالإناث. ولعل مرد ذلك يعود إلى أنواع ألعاب الفيديو التي يمارسها الذكور والإناث (أنظر الجدول رقم 70).

كما يسجل وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الإناث بخصوص حب الشر والأخلاق الأخرى (لا تخدم موضوعنا). ولعل مرد ذكر الإناث لحب الشر أكثر من الذكور هو ممارستهن أكثر من الذكور لألعاب المغامرات التي تحوي أكثر من بقية الألعاب سيناريوهات عن أعداء يسعون للقيام بأمور شريرة يتصدى لهم البطل.

ومنه نستنتج أن هنالك تأثيرا نسبيا لمتغير الجنس على خيارات مفردات العينة حول الأخلاق التي يتصف بها العدو أو المنافس.

لكن يبقى (كما ورد ذكره في تحليل الجدول رقم 140) و هي أن الأخلاق المذكورة على العموم تتصف بالسوء. ويلاحظ وجود قيمة العنف التي تتوافر أيضا لدى الأبطال، لكن تقييمها مختلف بحيث أنها تعتبر قوة عند البطل وعنفا لدى العدو أو المنافس (من منظور العينة).

الجدول رقم (153): الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها العدو أو المنافس في ألعاب الفيديو لدى المبحوثين، حسب متغير الجنس

الأهداف	جنس العينة				P
	ذكور		إناث		
	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	
السرقة	32	26.02	49	41.88	**0.02**
السيطرة على الآخرين	38	30.89	31	26.49	0.27
قتل الطيبين	53	43.09	47	40.17	0.54
التدمير	34	27.64	28	23.93	0.30
الفوز بكل الطرق	25	20.32	13	11.11	0.08
أخرى	25	20.32	26	22.22	0.42

يظهر الجدول رقم (153) أن قتل الطيبين هو هدف العدو أو المنافس في ألعاب الفيديو الذي ذكر أكثر من قبل ذكور العينة أي 43.09 بالمائة منهم يليه السيطرة على الآخرين ثم التدمير ثم السرقة بنسبة 26.02 بالمائة ثم الفوز بكل الطرق بنسبة 20.32 بالمائة.

ولدى الإناث، كانت السرقة أكثر الأهداف التي ذكرت من قبلهن بنسبة 41.88 بالمائة ثم قتل الطيبين بنسبة 40.17 بالمائة ثم السيطرة على الآخرين بنسبة 26.49 بالمائة ثم التدمير بنسبة 23.93 بالمائة وأخيرا الفوز بكل الطرق بنسبة 11.11 بالمائة.

وذكر 20.32 بالمائة من الذكور و 22.22 بالمائة من الإناث أهدافا أخرى لا تحمل صفة العمومية، وهي مرتبطة بخصوصية كل لعبة، وبالتالي لا يمكن أن تخدم الدراسة.

يظهر اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من حيث ذكر هدفي السرقة والسيطرة على الآخرين كأهداف يسعى إلى تحقيقها العدو أو المنافس في ألعاب الفيديو المفضلة لديهم.

فبالنسبة للسرقة كانت الفروق لصالح الإناث اللواتي ذكرنها أكثر مقارنة بالذكور مما يدل على أنهن أكثر حساسية لهذا الخلق السيئ. أما بالنسبة للسيطرة على الآخرين فقد كانت لصالح الذكور الذين

ذكروها أكثر. ولعل مبعث ذلك ارتباط مفهوم السيطرة لديهم بالجوانب البدنية (الجسمانية) التي تعد أهم لديهم مما هي لدى الإناث.

ولا وجود لفروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص بقية الأهداف.

ومنه نستنتج وجود تأثير نسبي لمتغير الجنس على تحديد الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها العدو أو المنافس في ألعاب الفيديو المفضلة لدى مفردات العينة.

المطلب الثالث : تفاعل العينة مع القيم المحتواة في ألعاب الفيديو حسب متغير مكان الإقامة

الجدول رقم (154): الأمور التي تعلمها المبحوثون من ممارسة ألعاب الفيديو، حسب متغير مكان الإقامة

طبيعة الأمور المتعلمة	الأمور المتعلمة	ولاية الإقامة				P
		الجزائر	سطيف	وهران	ورقلة	
		. العدد .النسبة	. العدد . النسبة	.العدد . النسبة	. العدد . النسبة	
عقلية	الانتباه	59 61.46	42 60.87	29 56.86	15 62.50	0.94
	القراءة السريعة	28 29.17	10 14.49	06 11.76	02 08.33	**0.01**
حركية	المهارة	50 52.08	52 75.36	26 50.98	09 37.50	**0.002**
	السرعة	51 53.13	47 68.12	24 47.06	13 54.17	0.10
	التحكم في الجهاز	16 16.67	06 08.70	05 09.80	01 04.17	0.22
نفسية	الشجاعة	24 25.00	43 62.32	21 41.18	07 29.17	**0.001**
	الإرادة	20 20.83	20 28.99	09 17.65	04 16.67	0.39
أخلاقية	الصبر	24 25.00	15 21.74	07 13.73	09 37.50	0.13
أخرى	أخرى	34 35.42	28 40.58	17 33.33	08 33.33	0.83

يظهر الجدول رقم (154) أن الانتباه من الأمور المتعلمة التي ذكرها غالبية أفراد العينة من الولايات الأربع بنسب 61.46 بالمائة و 60.87 بالمائة و 56.86 بالمائة و 62.50 بالمائة على التوالي، علما أنها جاءت في المركز الرابع من حيث الأمور المتعلمة الأكثر ذكرا من أفراد العينة المنتمين إلى ولاية سطيف بعد المهارة (75.36 بالمائة) و السرعة (68.12 بالمائة) و الشجاعة (62.32) بالمائة).

وجاءت السرعة في المركز الثاني من حيث الأمور المتعلمة الأكثر ذكرا من بل أفراد العينة من ولاية الجزائر بنسبة 53.13 بالمائة، تليها المهارة بنسبة 52.08 بالمائة ثم القراءة السريعة بنسبة 29.17 بالمائة ثم الشجاعة والصبر بذات النسبة (25.00 بالمائة) ثم الإرادة بنسبة 20.83 بالمائة ثم التحكم في الجهاز بنسبة 16.67 بالمائة.

ولدى المبحوثين من ولاية سطيف، جاءت الإرادة في المركز الخامس من حيث الأمور المتعلمة الأكثر ذكرا بنسبة 28.99 بالمائة يليها الصبر بنسبة 21.74 بالمائة ثم القراءة السريعة بنسبة 14.49 بالمائة ثم التحكم في الجهاز بنسبة 08.70 بالمائة.

ولدى أفراد العينة من ولاية وهران، حلت المهارة في المركز الثاني من حيث الأمور المتعلمة من ألعاب الفيديو بنسبة 50.98 بالمائة تليها السرعة بنسبة 47.06 بالمائة ثم الشجاعة بنسبة 41.18 بالمائة ثم الإرادة بنسبة 17.65 بالمائة ثم الصبر بنسبة 13.73 بالمائة ثم القراءة السريعة بنسبة 11.76 بالمائة ثم التحكم في الجهاز بنسبة 09.80 بالمائة.

ولدى المبحوثين من ولاية ورقلة، يلاحظ أن السرعة حلت في المركز الثاني من حيث الأمور المتعلمة من ألعاب الفيديو بنسبة 54.17 بالمائة يليهما الصبر والمهارة بذات النسبة 37.50 بالمائة ثم الشجاعة بنسبة 29.17 بالمائة ثم الإرادة بنسبة 16.67 بالمائة ثم القراءة السريعة بنسبة 08.33 بالمائة ثم التحكم في الجهاز بنسبة 04.17 بالمائة.

وذكر 35.42 بالمائة من المبحوثين من ولاية الجزائر و 40.58 بالمائة من ولاية سطيف و 33.33 بالمائة من ولايتي وهران و ورقلة أشياء متعلمة أخرى مرتبطة بخصوصية الألعاب التي يمارسونها ولا تخدم موضوع بحثنا.

ويظهر اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مفردات العينة من الولايات الأربع فيما يخص المهارة والشجاعة والقراءة السريعة.

والفروق فيما يخص المهارة هي لصالح مفردات العينة من ولاية سطيف، ولعل مبعث ذلك توجهها نحو ممارسة ألعاب مهارية (تجتمع فيها مهارة الأبطال المجسدين بمهارة الممارس) مثل ألعاب المحاكاة الرياضية والمحاكاة الواقعية، وأيضا لامتلاكها لآلات أكثر تطورا تتيح أداء تقنيات غير متوافرة في الآلات الأقل تطورا.

أما فيما يخص الشجاعة فالفروق هي لصالح على التوالي مفردات العينة من ولايتي سطيف ووهران. وقد يكون الأمر أيضا مرتبطا بنوعية الألعاب الممارسة أيضا.

وفيما يخص القراءة السريعة، فالفروق لصالح مفردات العينة من ولاية الجزائر، مما قد يدل على أهمية قيمة العلم بالنسبة لديها.

وعلى العموم يمكن أن نستنتج أن لمتغير ولاية الإقامة تأثير نسبي على تحديد مفردات العينة للأمور المتعلمة من ألعاب الفيديو وهي تمس أمورا معينة ومحدودة، بينما لا وجود لتأثير هذا المتغير على بقية الأمور المتعلمة.

الجدول رقم (155): ترتيب العينة للقدرات التي تسمح بالفوز في ألعاب الفيديو، حسب متغير مكان الإقامة

طبيعة القدرات	القدرات	ولاية الإقامة				P
		الجزائر	سطيف	وهران	ورقلة	
		متوسط. انحراف.	متوسط. انحراف.	متوسط. انحراف.	متوسط. انحراف.	
عقلية	الذكاء	02.00 1.62	01.00 1.46	01.00 1.36	01.50 1.49	0.94
	فهم التعليمات	04.00 1.86	05.00 1.74	05.00 2.02	05.00 2.08	0.58
	الانتباه	04.00 1.65	04.00 1.72	03.00 1.65	03.50 1.55	0.86
حركية	المهارة	03.00 1.71	03.00 1.66	04.00 1.68	04.00 1.85	0.57
	السرعة	04.00 1.83	03.00 1.74	04.00 1.90	04.00 1.96	0.36
نفسية	عدم التردد	06.00 1.66	05.00 1.60	06.00 1.61	06.00 1.71	0.47
	الصبر	06.00 1.94	05.00 1.92	05.00 1.76	04.00 1.96	0.60

تشير معطيات الجدول رقم (155) إلى أن الذكاء (ضمن القدرات العقلية) هو الذي يحتل ريادة ترتيب القدرات التي تسمح للاعب بالفوز بعد أن حصل على أدنى متوسط حسابي وهو (01.00) لمفردات العينة من ولايتي سطيف ووهران و (01.50) للمنتمين لورقلة و(02.00) للمنتمين للجزائر.

وحلت المهارة (من القدرات الحركية) في المركز الثاني لدى مفردات العينة من ولايتي الجزائر و سطيف بمتوسط حسابي (03.00) مع العلم أن السرعة تقاسمت المركز الثاني رفقة المهارة بالنسبة لولاية سطيف. وكان الانتباه (من القدرات العقلية) في المركز الثاني لدى مفردات العينة من ولايتي وهران و ورقلة بمتوسط حسابي (03.00) و (03.50) على التوالي.

وكانت القدرات النفسية (عدم التردد والصبر) هي التي نالت المراتب المتأخرة لدى مفردات العينة من الولايات الأربع، بمتوسطات حسابية عالية نسبيا.

ولا يظهر اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مفردات العينة فيما يخص ترتيب القدرات التي تسمح للاعب بالفوز.

ومنه نستنتج أن لا تأثير لمتغير ولاية الإقامة على ترتيب مفردات العينة للقدرات التي تسمح للاعب بالفوز.

الجدول رقم (156): مواصفات البطل المفضل في ألعاب الفيديو بالنسبة للمبحوثين (من ناحية الجنس)، حسب متغير مكان الإقامة

جنس البطل	ولاية الإقامة								P
	الجزائر		سطيف		وهران		ورقلة		
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
ذكر	52	54.17	37	53.62	36	70.59	14	58.33	0.21
أنثى	44	45.83	32	46.38	15	29.41	10	41.67	
المجموع	96	100	69	100	51	100	24	100	

يفضل أغلبية أفراد العينة من الولايات الأربع أن يكون بطلهم المفضل في ألعاب الفيديو ذكرا بنسب 54.17 بالمائة و 53.62 بالمائة و 70.59 بالمائة و 58.33 بالمائة على التوالي، حسب ما يظهره الجدول رقم (156).

بالمقابل يفضل 45.83 بالمائة من المبحوثين من الجزائر و 46.38 بالمائة من المبحوثين من سطيف و 29.41 بالمائة من المبحوثين من وهران و 41.67 بالمائة من المبحوثين من ورقلة أن يكون بطلهم المفضل في ألعاب الفيديو أنثى.

ولا يظهر اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مفردات العينة بخصوص تفضيلاتهم لجنس البطل، حيث تتقارب خياراتهم نسبيا، مع ارتفاع طفيف لخيار الذكر عند مفردات العينة من ولاية وهران.

و منه نستنتج بأن لا تأثير لمتغير ولاية الإقامة على خيارات مفردات العينة بخصوص جنس أبطال ألعاب الفيديو المفضلين لديها.

الجدول رقم (157): مواصفات البطل المفضل في ألعاب الفيديو بالنسبة للمبحوثين (من ناحية السن)، حسب متغير مكان الإقامة

سن البطل	ولاية الإقامة								P
	الجزائر		سطيف		وهران		ورقلة		
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
طفل	20	20.83	17	24.64	10	19.61	04	16.67	0.15
مراهق	45	46.88	43	62.32	30	58.82	15	62.50	
بالغ	31	32.29	09	13.04	11	21.57	05	20.83	
المجموع	96	100	69	100	51	100	24	100	

يفضل أغلب أفراد العينة ومن الولايات الأربع أن يكون بطلهم المفضل في ألعاب الفيديو مراهقا بنسب 46.88 بالمائة و 62.32 بالمائة و 58.82 بالمائة و 62.50 بالمائة على التوالي، حسب ما يظهره الجدول رقم (157).

ويلي هؤلاء، من يفضلونه أن يكون بالغا بالنسبة للمبحوثين من ولايات الجزائر (32.29 بالمائة) و وهران (21.57 بالمائة) و ورقلة (20.83 بالمائة)، بينما حل من يفضلون أن يكون بطلهم المفضل في ألعاب الفيديو طفلا في المركز الثاني بالنسبة للمبحوثين من سطيف بنسبة 24.64 بالمائة، متبوعين بمن فضلوه بالغا (13.04 بالمائة).

وفضل 20.83 بالمائة من المبحوثين من الجزائر و 19.61 بالمائة من وهران و 16.67 بالمائة من ورقلة أن يكون بطلهم المفضل في ألعاب الفيديو طفلا.

ولا يظهر اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول السن المفضل لأبطال ألعاب الفيديو.

ومنه نستنتج بأن لا تأثير لهذا المتغير على خيار السن المفضل للبطل لدى مفردات العينة.

الجدول رقم (158): مواصفات البطل المفضل في ألعاب الفيديو بالنسبة للمبحوثين (من ناحية الوضع المالي)، حسب متغير مكان الإقامة

الوضع المالي للبطل	ولاية الإقامة								P
	الجزائر		سطيف		وهران		ورقلة		
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
فقير	07	07.29	01	01.45	07	13.72	00	00	**0.006**
متوسط	49	51.04	22	31.88	23	45.10	11	45.83	
غني	40	41.67	46	66.67	21	41.18	13	54.17	
المجموع	96	100	69	100	51	100	24	100	

تتباين آراء أفراد العينة من الولايات الأربع في مواصفات بطلهم المفضل من ناحية الوضع المالي، حسب ما يظهره الجدول رقم (158). فقد فضل 51.04 بالمائة من أفراد العينة من الجزائر و 45.10 بالمائة من أفراد العينة من وهران أن يكون بطلهم المفضل في ألعاب الفيديو متوسط الوضع المالي وهم الأكثرية ضمن المبحوثين من ولاياتهم. بالمقابل يشكل من يفضلون أن يكون بطلهم غنيا الأكثرية ضمن المبحوثين من ولايتي سطيف (66.67 بالمائة) و ورقلة (54.17 بالمائة). وحل من يحبون أن يكون بطلهم غنيا في المركز الثاني بالنسبة لولايتي الجزائر و وهران بنسبتي 41.67 بالمائة

و 41.18 بالمائة. بالمقابل حل من يفضلون بطلا متوسط الوضع المالي في المركز الثاني من بين المبحوثين من ولايتي سطيف و ورقلة بنسبتي 31.88 بالمائة و 45.83 بالمائة على التوالي.

ويشكل من يفضلون بطلا فقيرا الأقلية من بين المبحوثين من ولايات الجزائر و سطيف و وهران بنسب 07.29 بالمائة و 01.45 بالمائة و 13.72 بالمائة، بينما لا أحد من المبحوثين من ورقلة يفضل أن يكون بطله فقيرا.

يظهر اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مفردات العينة بخصوص خيارات الوضع المادي لأبطال ألعاب الفيديو المفضلين. فبحسب ما يظهره الجدول تتقارب النتائج لولايات الجزائر ووهران و ورقلة بالنسبة لخياري المتوسط والغني. بالمقابل فإن خيار الغني أكبر بكثير عند ولاية سطيف. وتفسير الأمر مرتبط بكثرة وجود مفردات العينة من ذوي المستوى فوق المتوسط في هذه الولاية مقارنة ببقية الولايات (أنظر الجدول رقم 09).

الجدول رقم (159): مواصفات البطل المفضل في ألعاب الفيديو بالنسبة للمبحوثين (من ناحية النوع)، حسب متغير مكان الإقامة

نوع البطل	ولاية الإقامة								P
	الجزائر		سطيف		وهران		ورقلة		
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
آلة	10	10.42	07	10.14	08	15.69	04	16.67	0.92
إنسان	82	85.42	58	84.06	40	78.43	19	79.16	
حيوان	04	04.16	04	05.80	03	05.88	01	04.17	
المجموع	96	100	69	100	51	100	24	100	

يعد من يحبون أن يكون بطلهم المفضل في ألعاب الفيديو إنسانا الأكثرية ضمن أفراد العينة من الولايات الأربع بنسب 85.42 بالمائة و 84.06 بالمائة و 78.43 بالمائة و 79.16 بالمائة على التوالي، حسب ما يظهره الجدول رقم (159). ويأتي من يحبون أن يكون بطلهم المفضل آلة في المركز الثاني بنسب 10.42 بالمائة و 10.14 بالمائة و 15.69 بالمائة و 16.67 بالمائة على التوالي، يليهم من يحبون أن يكون هذا البطل المفضل حيوانا بنسب 04.16 بالمائة و 05.80 بالمائة و 05.88 بالمائة و 04.17 بالمائة على التوالي.

ولا يظهر اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مفردات العينة فيما يخص نوع بطلهم المفضل. ومنه لا تأثير لمتغير ولاية الإقامة على تفضيلات نوع البطل لدى العينة.

الجدول رقم (160): مواصفات البطل المفضل في ألعاب الفيديو بالنسبة للمبحوثين (من ناحية الشكل)، حسب متغير مكان الإقامة

شكل البطل	ولاية الإقامة								P
	الجزائر		سطيف		وهران		ورقلة		
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
جميل	01	01.05	04	05.80	02	03.92	01	04.17	0.10
قوي	19	19.79	13	18.84	15	29.41	07	29.17	
قوي وجميل	62	64.58	49	71.01	24	47.06	14	58.33	
عادي	14	14.58	03	04.35	10	19.61	02	08.33	
المجموع	96	100	69	100	51	100	24	100	

يتبين من الجدول رقم (160) أن أغلبية أفراد العينة ومن الولايات الأربع يفضلون أن يكون بطلهم المفضل في ألعاب الفيديو قويا وجميلا في نفس الوقت بنسب 64.58 بالمائة و 71.01 بالمائة و 47.06 بالمائة و 58.33 بالمائة على التوالي. ويأتي في المركز الثاني من يفضلونه قويا فقط بنسب 19.79 بالمائة و 18.84 بالمائة و 29.41 بالمائة و 29.17 بالمائة على التوالي. ويأتي بعد ذلك من يفضلونه عاديا بالنسبة لولايات الجزائر (14.58 بالمائة) و وهران (19.61 بالمائة) و ورقلة (08.33 بالمائة)، متقدمين من يفضلونه جميلا فقط من بين المبحوثين من ذات الولايات بنسب 01.05 بالمائة و 03.92 بالمائة و 04.17 بالمائة على التوالي. بالمقابل يأتي من يفضلون أن يكون بطلهم المفضل جميلا في المركز الثالث من بين المبحوثين من ولاية سطيف بنسبة 05.80 بالمائة متقدمين من يفضلونه عاديا (04.35 بالمائة).

ولا يظهر اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مفردات العينة من الولايات الأربع بخصوص شكل البطل المفضل لديهم.

ومنه نستنتج بأن لا تأثير لمتغير ولاية الإقامة على تفضيلات العينة بخصوص شكل البطل المفضل، حيث يطغى اجتماع القوة والجمال على خياراتهم.

الجدول رقم (161): القدرات التي تحبها العينة في أبطال ألعاب الفيديو المفضلين لديها، حسب متغير مكان الإقامة

طبيعة القدرات	القدرات	ولاية الإقامة				P
		الجزائر	سطيف	وهران	ورقلة	
		التكرار . النسبة.	التكرار . النسبة .	التكرار. النسبة .	التكرار . النسبة .	
عقلية	الذكاء	52 54.17	58 84.06	37 72.55	15 62.50	**0.001**
	العلم	22 22.92	11 15.94	08 15.69	05 20.83	0.62
حركية وجسمانية	القوة	82 85.42	58 84.06	42 82.35	19 79.17	0.88
	السرعة	50 52.08	48 69.57	29 56.86	11 45.83	0.08
	المهارة	46 47.92	35 50.72	27 52.94	08 33.33	0.43
نفسية	الشجاعة	23 23.96	26 37.68	12 23.53	06 25.00	0.20
أخرى	أخرى	25 26.04	21 30.43	10 19.61	04 16.67	0.42

يظهر الجدول رقم (161) أن القوة (من القدرات الحركية والجسمانية) تأتي في مقدمة القدرات التي تحبها العينة ومن الولايات الأربع في أبطال ألعاب الفيديو المفضلين لديها، حيث نالت نسب 85.42 بالمائة و 84.06 بالمائة و 82.35 بالمائة و 79.17 بالمائة على التوالي.

ويأتي الذكاء (القدرات العقلية) في المركز الثاني من حيث ذكره من قبل أفراد العينة ومن الولايات الأربع ضمن القدرات التي يحبونها في أبطالهم المفضلين، حيث ذكرها 54.17 بالمائة من أفراد العينة من المنتمين إلى الجزائر العاصمة و 84.06 بالمائة (نفس نسبة القوة) من أفراد العينة من سطيف و 72.55 بالمائة من المنتمين إلى وهران و 62.50 بالمائة من المنتمين إلى ورقلة.

وتأتي السرعة (من القدرات الحركية والجسمانية) بعدها في المركز الثالث بنسب 52.08 بالمائة و 69.57 بالمائة و 56.86 بالمائة و 45.83 بالمائة على التوالي. وتلي السرعة، المهارة (الحركية والجسمانية) بنسب 47.92 بالمائة و 50.72 بالمائة و 52.94 بالمائة و 33.33 بالمائة على التوالي، ثم الشجاعة بنسب 23.96 بالمائة و 37.68 بالمائة و 23.53 بالمائة و 25.00 بالمائة على التوالي.

أخيرا ذكر العلم (العقلية) بصفة أقل مقارنة ببقية القدرات بنسب 22.92 بالمائة و 15.94 بالمائة و 15.69 بالمائة و 20.83 بالمائة على التوالي.

وذكر 26.04 بالمائة من أفراد العينة المنتمين إلى الجزائر و 30.43 بالمائة من المنتمين إلى سطيف و 19.61 بالمائة من المنتمين إلى وهران و 16.67 بالمائة من المنتمين إلى ورقلة قدرات أخرى مرتبطة بخصوصية كل لعبة ولا يفيد ذكرها أهداف هذه الدراسة.

ويظهر اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مفردات العينة من الولايات الأربع بخصوص خيار الذكاء فقط وهذا لصالح المفردات المنتمية لولاية سطيف التي كان ضمنها أكثر من ذكر هذه القدرة. وقد يعود الأمر إلى طبيعة الألعاب التي يمارسونها والتي تقتضي هذه القدرة أكثر من غيرها.

أما بالنسبة لبقية القدرات فلا وجود لأي فروق ذات دلالة إحصائية بين مفردات العينة من الولايات الأربع بخصوص القدرات التي تحبها في أبطال ألعاب الفيديو المفضلين لديها.

وعلى العموم نستنتج بأن لا تأثير لمتغير ولاية الإقامة على القدرات المحببة في أبطال ألعاب الفيديو لدى مفردات العينة.

الجدول رقم (162): الأخلاق التي تحبها العينة في أبطال ألعاب الفيديو المفضلين لديها، حسب متغير مكان الإقامة

الأخلاق	ولاية الإقامة								P
	الجزائر		سطيف		وهران		ورقلة		
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
الصبر	30	31.25	33	47.83	15	29.41	08	33.33	0.10
العدالة	28	29.17	26	37.68	13	25.49	07	29.17	0.50
مساعدة الآخرين	36	37.50	39	56.52	20	39.21	13	54.17	0.06
التضحية	39	40.62	20	28.98	20	39.21	13	54.17	0.06
فعل الخير	44	45.83	24	34.78	17	33.33	11	45.83	0.33
الصدق	37	38.54	44	63.77	20	39.21	06	25.00	**0.001**
الوفاء	21	21.87	18	26.09	10	19.61	05	20.83	0.84
أخرى	58	60.42	36	52.17	36	70.59	13	54.17	0.21

تباينت إجابات أفراد العينة المنتمين إلى الولايات الأربع بخصوص الأخلاق التي يحبونها في أبطال ألعاب الفيديو المفضلين لديهم، حسب ما يظهره الجدول رقم (162). فقد تم ذكرت العينة من الجزائر خلق فعل الخير أكثر من غيره من الأخلاق بنسبة 45.83 بالمائة، تليه التضحية بنسبة 40.62 بالمائة ثم الصدق بنسبة 38.54 بالمائة ثم مساعدة الآخرين بنسبة 37.50 بالمائة ثم الصبر بنسبة 31.25 بالمائة ثم العدالة بنسبة 29.17 بالمائة وأخيرا الوفاء بنسبة 21.87 بالمائة.

بالمقابل، ذكرت العينة من سطيف ذكر بشكل أكبر خلق الصدق، حيث نال نسبة 63.77 بالمائة من إجابات المبحوثين ثم خلق مساعدة الآخرين بنسبة 56.52 بالمائة، يليه الصبر بنسبة 47.83 بالمائة،

ثم العدالة بنسبة 37.68 بالمائة ثم فعل الخير بنسبة 34.78 بالمائة ثم التضحية بنسبة 28.98 بالمائة وأخيرا الوفاء بنسبة 26.09 بالمائة.

من جهته حل الصدق في مقدمة الأخلاق المذكورة بشكل أكبر من قبل أفراد العينة من وهران بنسبة 39.21 بالمائة، لكنه يتساوى في ذلك مع خلقي مساعدة الآخرين و التضحية بنفس النسبة. ثم يأتي بعد ذلك خلق فعل الخير بنسبة 33.33 بالمائة ثم الصبر بنسبة 29.41 بالمائة ثم العدالة بنسبة 25.49 بالمائة وأخيرا الوفاء بنسبة 19.61 بالمائة.

أما بالنسبة للمبحوثين من ولاية ورقلة فقد ذكرت التضحية ومساعدة الآخرين بشكل أكبر ونالتا نسبة 54.17 بالمائة لكليهما. وجاء بعد ذلك فعل الخير بنسبة 45.83 بالمائة ثم الصبر بنسبة 33.33 بالمائة ثم العدالة بنسبة 29.17 بالمائة ثم الصدق بنسبة 25.00 بالمائة وأخير الوفاء بنسبة 20.83 بالمائة.

وذكر 60.42 بالمائة من المبحوثين من الجزائر و 52.17 بالمائة من سطيف و 70.59 بالمائة من وهران و 54.17 بالمائة من ورقلة أخلاقا أخرى مرتبطة بخصوصية ألعاب الفيديو الممارسة ولا يفيد ذكرها هذه الدراسة.

لكن على العموم لم يظهر اختبار كا2 وجدد فروق ذات دلالة إحصائية بين مفردات العينة من حيث الأخلاق التي يتصف أبطال ألعاب الفيديو المفضلين لديهم، عدا الصدق الذي ذكر بشكل أكبر من قبل المفردات المنتمية لولاية سطيف.

وعلى العموم نستنتج أن لا تأثير لمتغير ولاية الإقامة على خيارات مفردات العينة بخصوص الأخلاق التي يتصف بها أبطال ألعاب الفيديو المفضلين لديهم.

الجدول رقم (163): الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها أبطال ألعاب الفيديو المفضلون لدى العينة، حسب متغير مكان الإقامة

الأهداف	ولاية الإقامة								P
	الجزائر		سطيف		وهران		ورقلة		
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
محاربة الظلم	21	21.87	26	37.68	14	27.45	05	20.83	0.13
تحقيق العدالة	23	23.96	11	15.94	13	25.49	05	20.83	0.55
التفوق على الآخرين	34	35.42	45	65.22	27	52.94	08	33.33	**0.001**
فعل الخير	39	40.62	05	07.25	13	25.49	09	37.50	**0.001**
أخرى	23	23.96	08	11.59	12	23.53	04	16.67	0.20

تصدر فعل الخير صدارة الأهداف الأكثر ذكرا من قبل أفراد العينة المنتمين إلى الجزائر العاصمة و ورقلة بنسبتي 40.62 بالمائة و 37.50 بالمائة على التوالي، في حين ذكر المبحوثون من سطيف و وهران بشكل أكبر هدف التفوق على الآخرين بنسبتي 65.22 بالمائة و 52.94 بالمائة على التوالي، حسب ما يبينه الجدول رقم (163). وجاء التفوق على الآخرين في المركز الثاني بالنسبة لأفراد العينة من الجزائر و ورقلة بنسبتي 35.42 بالمائة و 33.33 بالمائة على التوالي. وحلت محاربة الظلم في المركز الثاني للأهداف التي يسعى إلى تحقيقها أبطال ألعاب الفيديو المفضلين لدى أفراد العينة من ولايتي سطيف و وهران بنسبتي 37.68 بالمائة و 27.45 بالمائة، يليه هدف تحقيق العدالة بنسبتي 15.94 بالمائة و 25.49 بالمائة على التوالي ثم فعل الخير بنسبتي 07.25 بالمائة و 25.49 بالمائة (نفس نسبة تحقيق العدالة) على التوالي.

أما بالنسبة للمبحوثين من ولايتي الجزائر و ورقلة فقد وضعوا محاربة الظلم في المركز الثالث بنسبتي 21.87 بالمائة و 20.83 بالمائة على التوالي، ثم تحقيق العدالة بنسبتي 23.96 بالمائة و 20.83 بالمائة (نفس نسبة محاربة الظلم) على التوالي.

وذكر 23.96 بالمائة من المبحوثين من الجزائر و 11.59 بالمائة من سطيف و 23.53 بالمائة من وهران و 16.67 بالمائة من ورقلة أهدافا أخرى مرتبطة بخصوصية كل لعبة وبالتالي لا يفيد ذكرها أهداف هذه الدراسة.

يظهر اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مفردات العينة فيما يخص اثنين من الأهداف التي يسعى برأيهم أبطال ألعاب الفيديو إلى تحقيقها وهما التفوق على الآخرين وفعل الخير. وكانت الفروق لصالح مفردات العينة من ولايتي سطيف ووهران بالنسبة للتفوق على الآخرين بينما كانت الفروق لصالح مفردات العينة من ولايتي الجزائر و ورقلة.

وقد يعود إلى الأمر بالدرجة الأولى إلى أنواع ألعاب الفيديو وطبيعة ممارستها (بشكل فردي أو ثنائي أو جماعي) من جهة، وتراكم خبرة اللعب من جهة أخرى. فاجتماع هذين العنصرين، يجعل اللاعب متعودا على اللعبة وطبيعتها إلى الحد الذي يشكل فيه التغلب والفوز على المنافسين الهاجس الأكبر. وبتراجع هذين العنصرين، يحتفظ مضمون الألعاب ببريقه، ويجعل الممارس يتفاعل بشكل أكبر مع ذلك المضمون، خصوصا إذا كانت غالبية تلك الألعاب من نوع ألعاب المغامرات.

ومنه نستنتج أن لمتغير ولاية الإقامة تأثير على رأي العينة بخصوص الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها أبطال ألعاب الفيديو.

الجدول رقم (164): الأخلاق التي يتصف بها العدو أو المنافس في ألعاب الفيديو برأي العينة، حسب متغير مكان الإقامة

أخلاق العدو أو المنافس	ولاية الإقامة								P
	الجزائر		سطيف		وهران		ورقلة		
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
الكذب	12	12.50	32	46.38	14	27.45	07	29.17	**0.001**
العنف	35	36.46	28	40.58	09	17.65	06	25.00	0.11
الغش	14	14.58	15	21.74	11	21.57	03	12.50	0.51
الظلم	34	35.42	38	55.07	16	31.37	05	20.83	**0.006**
الخيانة	11	11.46	14	20.29	08	15.69	05	20.83	0.41
الكراهية	09	09.37	11	15.94	05	09.80	02	08.33	0.53
حب الشر	31	32.29	21	30.43	19	37.25	07	29.17	0.85
أخرى	27	28.12	11	15.94	16	31.37	07	29.17	0.38

يعد العنف الخلق السيئ الذي ذكر أكثر من قبل المبحوثين من الجزائر العاصمة بنسبة 36.46 بالمائة، كما يظهره الجدول رقم (164). ويليه الظلم بنسبة 35.42 بالمائة ثم حب الشر بنسبة 32.29 بالمائة ثم الغش بنسبة 14.58 بالمائة ثم الكذب بنسبة 12.50 بالمائة ثم الخيانة بنسبة 11.46 بالمائة وأخيرا الكراهية بنسبة 09.37 بالمائة.

أما بالنسبة للمبحوثين من ولاية سطيف فقد ذكر أكثر الظلم بنسبة 55.07 بالمائة ثم الكذب بنسبة 46.38 بالمائة ثم العنف بنسبة 40.58 بالمائة ثم حب الشر بنسبة 30.43 بالمائة ثم الغش بنسبة 21.74 بالمائة ثم الخيانة بنسبة 20.29 بالمائة ثم الكراهية بنسبة 15.94 بالمائة.

وبخصوص المبحوثين من ولاية وهران، فقد ذكروا أكثر حب الشر بنسبة 37.25 بالمائة ثم الظلم بنسبة 31.37 بالمائة ثم الكذب بنسبة 27.45 بالمائة ثم الغش بنسبة 21.57 بالمائة ثم العنف بنسبة 17.65 بالمائة ثم الخيانة بنسبة 15.69 بالمائة ثم الكراهية بنسبة 09.80 بالمائة.

وذكر المبحوثون من ولاية ورقلة أكثر حب الشر بنسبة 29.17 بالمائة ثم العنف بنسبة 25.00 بالمائة ثم الظلم والخيانة بنسبة 20.83 بالمائة لكليهما ثم الغش بنسبة 12.50 بالمائة ثم الكراهية بنسبة 08.33 بالمائة.

أخيرا ذكر 28.12 بالمائة من المبحوثين من الجزائر و 15.94 بالمائة من سطيف و 31.37 بالمائة من وهران و 29.17 بالمائة من ورقلة أخلاقا أخرى مرتبطة بخصوصية كل لعبة ولا يفيد ذكرها أهداف هذه الدراسة.

يظهر اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مفردات العينة بخصوص ذكر اثنين من الأخلاق التي يتصف بها المنافس أو العدو في ألعاب الفيديو هي الكذب والظلم. أما بالنسبة للكذب فالفروق

لصالح ولايات سطيف ووهران و ورقلة مقارنة بالجزائر. ولعل للأمر ارتباط بوجود هذا الخلق أصلا من عدمه في ألعاب الفيديو التي تختلف مفردات العينة في ممارستها.

وبخصوص الظلم فقد كانت الفروق لصالح ولاية سطيف مقارنة ببقية الولايات، وقد يصلح نفس التفسير السابق هنا.

ولا يلاحظ وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مفردات العينة بخصوص بقية الأخلاق التي يتصف بها العدو أو المنافس في ألعاب الفيديو.

الجدول رقم (165): الأهداف التي يسعى الأشرار إلى تحقيقها في ألعاب الفيديو برأي العينة، حسب متغير مكان الإقامة

الأهداف	ولاية الإقامة								P
	الجزائر		سطيف		وهران		ورقلة		
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
السرقة	18	18.75	45	65.22	12	23.53	06	25.00	**0.001**
السيطرة	32	33.33	19	27.54	13	25.49	05	20.83	0.56
قتل الطيبين	39	40.62	32	46.38	20	39.21	09	37.50	0.87
التدمير	19	19.79	20	28.98	18	35.29	05	20.83	0.18
الفوز بكل الطرق	17	17.71	12	17.39	06	11.76	03	12.50	0.83
أخرى	23	23.96	05	07.25	13	25.49	10	41.67	**0.002**

يعد قتل الطيبين في مقدمة الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها العدو أو المنافس في ألعاب الفيديو والذي ذكر بشكل أكبر من قبل أفراد العينة المنتمين إلى الجزائر و وهران و ورقلة بنسب 40.62 بالمائة و 39.21 بالمائة و 37.50 بالمائة على التوالي، حسب ما يظهره الجدول رقم (165). بالمقابل كانت السرقة الهدف الأكثر ذكرا من قبل المبحوثين من سطيف بنسبة 65.22 بالمائة.

وحلت السيطرة في المركز الثاني بالنسبة للمبحوثين من الجزائر بنسبة 33.33 بالمائة، يليها التدمير بنسبة 19.79 بالمائة ثم السرقة بنسبة 18.75 بالمائة وأخيرا الفوز بكل الطرق بنسبة 17.71 بالمائة.

غير أن الأمر مختلف بالنسبة للمبحوثين من سطيف الذين ذكروا بعد السرقة، قتل الطيبين بنسبة 46.38 بالمائة ثم التدمير بنسبة 28.98 بالمائة ثم السيطرة بنسبة 27.54 بالمائة وأخيرا الفوز بكل الطرق بنسبة 17.39 بالمائة.

وبالنسبة لأفراد العينة من وهران، فقد ذكروا بعد قتل الطيبين، التدمير بنسبة 35.29 بالمائة ثم السيطرة بنسبة 25.49 بالمائة ثم السرقة بنسبة 23.53 بالمائة وأخيرا الفوز بكل الطرق بنسبة 11.76 بالمائة.

ولدى المبحوثين من ورقلة، حلت السرقة في المركز الثاني بعد قتل الطيبين وذلك بنسبة 25.00 بالمائة ثم السيطرة والتدمير بذات النسبة أي 20.83 بالمائة، وأخيرا الفوز بكل الطرق بنسبة 12.50 بالمائة.

و يلاحظ أن الفوز بكل الطرق هو الذي ذكر بشكل أقل من قبل المبحوثين من الولايات الأربع.

وذكر 23.96 بالمائة من المبحوثين من الجزائر و 07.25 بالمائة من سطيف و 25.49 بالمائة من وهران و 41.67 بالمائة من ورقلة أهدافا أخرى مرتبطة بخصوصية كل لعبة وبالتالي لا يفيد ذكرها أهداف هذه الدراسة.

يظهر اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مفردات العينة من والولايات الأربع بخصوص واحد من الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها العدو أو المنافس وهو السرقة. وكانت الفروق لصالح مفردات العينة من ولاية سطيف. ولعل تفسير ذلك يعود إلى طبيعة الألعاب في حد ذاتها.

لكن على العموم تتشابه الأهداف المذكورة من قبل مفردات العينة. ومن ثم يمكن الاستنتاج أن لا تأثير لمتغير ولاية الإقامة على رأي العينة حول الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها العدو أو المنافس في ألعاب الفيديو المفضلة لديها.

المطلب الرابع : تفاعل العينة مع القيم المحتواة في ألعاب الفيديو حسب متغير المستوى المعيشي :

الجدول رقم (166): الأمور التي تعلمتها العينة من ممارسة ألعاب الفيديو، حسب متغير المستوى المعيشي

طبيعة الأمور المتعلمة	الأمور المتعلمة من ألعاب الفيديو	المستوى المعيشي للعينة						P
		تحت المتوسط		متوسط		فوق المتوسط		
		التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	
عقلية	الانتباه	48	61.54	49	59.76	48	60.00	0.97
	القراءة السريعة	18	23.08	11	13.41	17	21.25	0.25
حركية	المهارة	44	56.41	49	59.76	44	55.00	0.82
	السرعة	44	56.41	49	59.76	42	52.50	0.64
	التحكم في الجهاز	10	12.82	06	07.32	12	15.00	0.29
نفسية	الشجاعة	26	33.33	32	39.02	37	46.25	0.25
	الإرادة	17	21.79	13	15.85	23	28.75	0.14
أخلاقية	الصبر	15	19.23	20	24.39	20	25.00	0.63
أخرى	أخرى	28	35.90	31	37.80	28	35.00	0.93

يمثل الانتباه والمهارة والسرعة ثم الشجاعة من أكثر الأمور المتعلمة من ممارسة ألعاب الفيديو بحسب مجموع أفراد العينة ومن المستويات المعيشية الثلاثة، حسب ما تظهره معطيات الجدول رقم (166). فقد اعتبر 61.54 بالمائة من أصحاب المستوى الأول و 59.76 بالمائة من أصحاب المستوى الثاني و 60.00 بالمائة من أصحب المستوى الثالث. ثم جاءت المهارة في المركز الثاني، حيث ذكرها 56.41 بالمائة من أصحاب المستوى تحت المتوسط و 59.76 بالمائة من أصحاب المستوى المتوسط و 55.00 بالمائة من أصحاب المستوى فوق المتوسط. وكانت السرعة ثالث الأمور المتعلمة التي ذكرت أكثر من قبل أصحاب المستويات المعيشية الثلاثة، وذلك بنسب 56.41 بالمائة و 59.76 بالمائة و 52.50 بالمائة على التوالي. وحلت بعدها الشجاعة بنسب 33.33 بالمائة و 39.02 بالمائة و 46.25 بالمائة على التوالي. كما ذكر بعدها أفراد العينة من أصحاب المستوى المعيشي تحت المتوسط القراءة السريعة بنسبة 23.08 بالمائة ثم الإرادة بنسبة 21.79 بالمائة ثم الصبر بنسبة 19.23 بالمائة ثم التحكم في جهاز اللعب بنسبة 12.82 بالمائة. ولدى المستوى الثاني نجد الصبر بنسبة 24.39 بالمائة ثم الإرادة بنسبة 15.85 بالمائة، ثم القراءة السريعة بنسبة 13.41 بالمائة وأخيرا التحكم في جهاز اللعب بنسبة 07.32 بالمائة. أما لدى أصحاب المستوى المعيشي فوق المتوسط فنجد في المركز الرابع الإرادة بنسبة 28.75 بالمائة ثم الصبر بنسبة 25.00 بالمائة ثم القراءة السريعة نسبة 21.25 بالمائة وأخيرا التحكم في الجهاز بنسبة 15.00 بالمائة.

وذكر 35.90 بالمائة من أفراد العينة المنتمين للمستوى المعيشي تحت المتوسط و 37.80 بالمائة من أصحاب المستوى المتوسط و 35.00 بالمائة من أصحاب المستوى فوق المتوسط أشياء متعلمة أخرى مرتبطة بخصوصية الألعاب التي يمارسونها ولا تخدم موضوع بحثنا.

ولا يظهر اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مفردات العينة بخصوص الأمور المتعلمة من ألعاب الفيديو. حيث كانت متماثلة على العموم.

ومنه نستنتج بأن لا تأثير لمتغير المستوى المعيشي على تحديد مفردات العينة للأمور المتعلمة من ألعاب الفيديو.

الجدول رقم (167): ترتيب القدرات التي تسمح للاعب بالفوز في ألعاب الفيديو برأي العينة، حسب متغير المستوى المعيشي

طبيعة القدرات	القدرات التي تسمح للاعب بالفوز	المستوى المعيشي للعينة						P
		تحت المتوسط		متوسط		فوق المتوسط		
		متوسط	انحراف	متوسط	انحراف	متوسط	انحراف	
عقلية	الذكاء	02.00	1.60	01.00	1.29	02.00	1.59	0.50
	فهم التعليمات	04.00	2.11	05.00	1.56	05.00	1.95	**0.04**
	الانتباه	03.00	1.70	04.00	1.54	04.00	1.75	0.87
حركية	المهارة	04.00	1.62	03.00	1.77	03.00	1.76	0.29
	السرعة	04.00	1.87	04.00	1.83	04.00	1.84	0.95
نفسية	عدم التردد	06.00	1.50	05.00	1.63	06.00	1.74	0.31
	الصبر	05.00	1.90	05.00	2.02	05.00	1.80	0.74

تشير معطيات الجدول رقم (167) إلى أن الذكاء (قدرة عقلية) هو في مقدمة القدرات التي تتيح للاعب الفوز في ألعاب الفيديو لدى مفردات العينة من المستويات المعيشية الثلاثة بعد أن حصل على أقل متوسط حسابي، (01.00) لأصحاب المستوي المعيشي المتوسط و (02.00) لأصحاب المستويين المعيشيين تحت المتوسط وفوق المتوسط.

وحل الانتباه (قدرة عقلية) في المركز الثاني عند أصحاب المستوى الأول (تحت المتوسط) بمتوسط (03.00) بينما كانت المهارة (قدرة حركية) في المركز الثاني عند أصحاب المستوى الثاني والثالث.

وجاءت المهارة والسرعة (حركية) وفهم التعليمات في المركز الثالث عند أصحاب المستوى الأول بمتوسط (04.00) يليهم الصبر (نفسية) (05.00) وأخيرا عدم التردد (نفسية) (06.00).

وحل الانتباه والسرعة في المركز الثالث عند أصحاب المستويين الثاني والثالث (04.00)، يليهما فهم التعليمات وعدم التردد والصبر (05.00) لأصحاب المستوى الثاني، و فهم التعليمات والصبر عند

أصحاب المستوى الثالث (05.00). وجاء عدم التردد في المركز الأخير لأصحب المستوى الثالث (06.00).

ويظهر اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مفردات العينة من المستويات المعيشية الثلاثة بخصوص قدرة فهم التعليمات، حيث نالت مرتبة أفضل عند أصحاب المستوى الأول مقارنة بالمستويين الآخرين.

ولم نسجل أي فروق ذات دلالة إحصائية بخصوص بقية القدرات.

وعلى العموم يمكن أن نستنتج بأن لا تأثير لمتغير المستوى المعيشي على ترتيب القدرات التي تسمح للاعب بالفوز عند مفردات العينة.

الجدول رقم (168): مواصفات البطل المفضل لدى العينة في ألعاب الفيديو(من ناحية الجنس)، حسب متغير المستوى المعيشي

جنس البطل المفضل	المستوى المعيشي						P
	تحت المتوسط		متوسط		فوق المتوسط		
	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	
ذكر	52	66.67	39	47.56	48	60.00	**0.04**
أنثى	26	33.33	43	52.44	32	40.00	
المجموع	78	100	82	100	80	100	

يفضل غالبية أفراد العينة من المستويين المعيشيين تحت المتوسط وفوق المتوسط أن يكون جنس بطلهم المفضل ذكرا، حسب ما تظهره معطيات الجدول رقم (168). فقد ذكر ذلك 66.67 بالمائة من أفراد المستوى الأول و 60.00 بالمائة من أصحاب المستوى الثالث. غير أن 52.44 بالمائة من أصحاب المستوى الثاني فضلوا أن يكون جنس بطلهم المفضل أنثى مقابل 47.56 بالمائة ممن فضلوا أن يكون ذكرا ضمن هذا المستوى. ويفضل 33.33 بالمائة من أصحاب المستوى المعيشي تحت المتوسط و 40.00 بالمائة من أصحاب المستوى المعيشي فوق المتوسط ن يكون جنس بطلهم المفضل أنثى.

يظهر اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مفردات المستويات المعيشية الثلاثة بخصوص جنس البطل المفضل، حيث يلاحظ سيادة فكرة البطل الذكر عند أصحاب المستويين تحت المتوسط وفوق المتوسط، وتقارب النتائج حول الجنسين لدى مفردات العينة من أصحاب المستوى المتوسط.

ومنه نستنتج أن لمتغير المستوى المعيشي تأثير على رأي العينة حول جنس البطل المفضل.

الجدول رقم (169): مواصفات البطل المفضل لدى العينة في ألعاب الفيديو (من ناحية السن)، حسب متغير المستوى المعيشي

سن البطل المفضل	المستوى المعيشي						P
	تحت المتوسط		متوسط		فوق المتوسط		
	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	
طفل	17	21.80	18	21.95	16	20.00	0.73
مراهق	40	51.28	49	59.76	44	55.00	
بالغ	21	26.92	15	18.29	20	25.00	
المجموع	78	100	82	100	80	100	

تظهر معطيات الجدول رقم (169)، أن 51.28 بالمائة من أصحاب المستوى المعيشي تحت المتوسط و 59.76 بالمائة من أصحاب المستوى المعيشي المتوسط و 55.00 بالمائة من أصحاب المستوى المعيشي فوق المتوسط يفضلون أن يكون بطلهم المفضل مراهقا وهم من يشكلون الأكثرية في المستويات الثلاثة. يليهم بعد ذلك من يفضلون أن يكون بالغا عد أصحاب المستويين الأول والثالث بنسبتي 26.92 بالمائة و 25.00 بالمائة، في حين يأتي من يفضلون أن يكون طفلا في المركز الثاني عند أصحاب المستوى المتوسط والثالث عند أصحاب المستويين تحت المتوسط وفوق المتوسط.

لا يظهر اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مفردات العينة من المستويات المعيشية بخصوص سن البطل المفضل.

ومنه يلاحظ تقارب الخيارات التي تتدخل فيها طبيعة الانتماء إلى فئتهم العمرية كما أوضحناه في المعطيات العامة.

ويمكن الاستنتاج بذلك أن لا تأثير لمتغير المستوى المعيشي على خيارات مفردات العينة حول سن البطل المفضل.

الجدول رقم (170): مواصفات البطل المفضل لدى العينة في ألعاب الفيديو (من ناحية الوضع المالي)، حسب متغير المستوى المعيشي

الوضع المادي	المستوى المعيشي						P
	تحت المتوسط		متوسط		فوق المتوسط		
	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	
فقير	07	08.98	03	03.66	05	06.25	0.62
متوسط	36	46.15	35	42.68	34	42.50	
غني	35	44.87	44	53.66	41	51.25	
المجموع	78	100	82	100	80	100	

يشكل من يفضلون أن يكون بطلهم المفضل في ألعاب الفيديو غنيا الأكثرية عند أصحاب المستويين المعيشيين المتوسط وفوق المتوسط بنسبتي 53.66 بالمائة و 51.25 بالمائة، متقدمين من يريدونه أن يكون ذو وضع مالي متوسط بنسبتي 42.68 بالمائة للمستوى الثاني و 42.50 بالمائة للمستوى الثالث، حسب ما يظهره الجدول رقم (170)، بينما يمثل من يريدونه (أي بطل لعبة الفيديو) متوسط الوضع المالي الأكثرية عند أصحاب المستوى تحت المتوسط بنسبة 46.15 بالمائة متقدمين من يريدونه أن يكون من وضع مالي متوسط غني بنسبة 44.87 بالمائة. واتفق أفراد العينة من المستويات المعيشية الثلاثة على عدم تفضيل بطل ألعاب فيديو من وضع مالي فقير، إذ لم يفضله كذلك سوى 08.98 بالمائة من أصحاب المستوى المعيشي تحت المتوسط و 03.66 بالمائة من أصحاب المستوى المعيشي المتوسط و 06.25 بالمائة من أصحاب المستوى المعيشي فوق المتوسط.

ولا يظهر اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أصحاب المستويات المعيشية الثلاثة حول خياراتهم بالنسبة للوضع المادي للبطل المفضل. فغالبيتهم يستبعدون الفقر، ويتجهون إما لقبول وضعية شبيهة لمستواهم أو التطلع إلى ما هو أفضل مما هم عليه.

ومنه نستنتج بأن لا تأثير لمتغير المستوى المعيشي على خيارات مفردات العينة حول الوضع المالي للبطل المفضل في ألعاب الفيديو.

الجدول رقم (171): مواصفات البطل المفضل لدى العينة في ألعاب الفيديو(من ناحية النوع)، حسب متغير المستوى المعيشي

الوضع المادي	المستوى المعيشي						P
	تحت المتوسط		متوسط		فوق المتوسط		
	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	
آلة	11	14.10	10	12.19	08	10.00	0.38
إنسان	64	82.05	70	85.37	65	81.25	
حيوان	03	03.85	02	02.44	07	08.75	
المجموع	78	100	82	100	80	100	

يفضل 82.05 بالمائة من أصحاب المستوى المعيشي تحت المتوسط و 85.37 بالمائة من أصحاب المستوى المعيشي المتوسط و 81.25 بالمائة من أصحاب المستوى المعيشي فوق المتوسط أن يكون بطلهم المفضل في ألعاب الفيديو إنسانا، حسب ما يظهره الجدول رقم (171). ويأتي من يفضلونه آلة في المركز الثاني بنسب 14.10 بالمائة و 12.19 بالمائة و 10.00 بالمائة على التوالي. وفي الأخير يأتي من يفضلونه حيوانا بنسب 03.85 بالمائة و 02.44 بالمائة و 08.75 بالمائة على التوالي.

لا يظهر اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مفردات العينة من المستويات المعيشية الثلاثة بخصوص نوع بطلها المفضل، حيث كان هناك شبه إجماع على أن يكون إنسانا، وهو ما يتوافق مع اتجاهات مصممي ألعاب الفيديو الذين يتجهون إلى ابتكار شخصيات بشرية وواقعية لألعابهم.

ومنه نستنتج بأن لا تأثير لمتغير المستوى المعيشي على خيارات مفردات العينة بخصوص نوع البطل المفضل.

الجدول رقم (172): مواصفات البطل المفضل لدى العينة في ألعاب الفيديو(من ناحية الشكل)، حسب متغير المستوى المعيشي

الوضع المادي	المستوى المعيشي						P
	تحت المتوسط		متوسط		فوق المتوسط		
	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	
جميل	03	03.85	02	02.44	03	03.75	0.59
قوي	22	28.20	13	15.85	19	23.75	
قوي وجميل	45	57.69	57	69.51	47	58.75	
عادي	08	10.26	10	12.20	11	13.75	
المجموع	78	100	82	100	80	100	

تأتي القوة والجمال سوية في مقدمة المواصفات التي يفضلها أفراد العينة من المستويات المعيشية الثلاثة في بطلهم المفضل، حسب ما يتبين من الجدول رقم (172)، حيث ذكر ذلك 57.69 بالمائة من المستوى الأول و69.51 بالمائة من المستوى الثاني و 58.75 بالمائة من المستوى الثالث. وتأتي القوة لوحدها بعدها في المركز الثاني بنسب 28.20 بالمائة و 15.85 بالمائة و 23.75 بالمائة على التوالي. ويفضل 10.26 بالمائة من أصحاب المستوى المعيشي تحت المتوسط و 12.20 بالمائة من أصحاب المستوى المعيشي المتوسط و 13.75 بالمائة من أصحاب المستوى المعيشي فوق المتوسط أن يكون بطلهم المفضل عاديا. وفي الأخير يفضل 03.85 بالمائة من المنتمين إلى المستوى الأول و 02.44 بالمائة من المنتمين إلى المستوى الثاني و03.75 بالمائة من المنتمين إلى المستوى الثالث، أن يكون بطلهم المفضل جميلا.

يظهر اختبار كا2 عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مفردات العينة من المستويات المعيشية الثلاثة من حيث الشكل المفضل لبطلهم، فمعظمهم يفضل اجتماع القوة والجمال لدى البطل، وكحد أدنى وجود القوة، ثم الشكل العادي وأخيرا الجميل فقط.

ومنه نستنتج بأن لا تأثير لمتغير المستوى المعيشي على خيارات مفردات العينة حول الشكل الأمثل للبطل المفضل.

الجدول رقم (173): القدرات التي تحبها العينة في أبطال ألعاب الفيديو المفضلين لديها، حسب متغير المستوى المعيشي

طبيعة القدرات	القدرات	المستوى المعيشي						P
		تحت المتوسط		متوسط		فوق المتوسط		
		التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
عقلية	الذكاء	47	60.26	60	73.17	55	68.75	0.21
	العلم	14	17.95	12	14.63	20	25.00	0.23
حركية وجسمانية	القوة	67	85.90	67	81.71	67	83.75	0.77
	السرعة	48	61.54	40	48.78	50	62.50	0.14
	المهارة	35	44.87	38	46.34	43	53.75	0.48
نفسية	الشجاعة	16	20.51	23	28.05	28	35.00	0.12
أخرى	أخرى	16	20.51	22	26.83	22	27.50	0.53

تمثل القوة أكثر القدرات المحبوبة في أبطال ألعاب الفيديو لدى العينة من المستويات المعيشية الثلاث، حسب ما تؤكده معطيات الجدول رقم (173). فقد ذكرها 85.90 بالمائة من أفراد العينة من أصحاب المستوى المعيشي تحت المتوسط و 81.71 بالمائة من أصحاب المستوى المعيشي المتوسط و 83.75 بالمائة من أصحاب المستوى المعيشي فوق المتوسط. وجاءت السرعة في المركز الثاني عند أصحاب المستوى تحت المتوسط بنسبة 61.54 بالمائة وأكثر بقليل فقط عن الذكاء التي ذكرها 60.26 بالمائة من أصحاب ذات المستوى المعيشي. ثم ذكر أصحاب المستوى تحت المتوسط المهارة بنسبة 44.87 بالمائة ثم الشجاعة بنسبة 20.51 بالمائة العلم بنسبة 17.95 بالمائة. وجاء الترتيب متماثلا نسبيا عند أصحاب المستوى المعيشي المتوسط، حيث ذكروا بعد القوة، الذكاء بنسبة 73.17 بالمائة ثم السرعة بنسبة 48.78 بالمائة ثم المهارة بنسبة 46.34 بالمائة ثم الشجاعة بنسبة 28.05 بالمائة وأخيرا العلم بنسبة 14.63 بالمائة. وكذلك الأمر كان تقريبا عند أصحاب المستوى المعيشي فوق المتوسط، فقد ذكروا بعد القوة، الذكاء بنسبة 68.75 بالمائة ثم السرعة بنسبة 62.50 بالمائة ثم المهارة بنسبة 53.75 بالمائة ثم الشجاعة بنسبة 35.00 بالمائة ثم العلم بنسبة 25.00 بالمائة.

وذكر 20.51 بالمائة من أصحاب المستوى الأول و 26.83 بالمائة من أصحاب المستوى الثاني و 27.50 بالمائة من أصحاب المستوى الثالث قدرات أخرى مرتبطة بخصوصية الألعاب التي يمارسونها ولا يخدم ذكرها أهداف هذه الدراسة.

وبجمع القدرات بحسب طبيعتها، يلاحظ أن القدرات الحركية والجسمانية هي التي ذكرت أكثر، تليها القدرات العقلية وأخيرا النفسية.

ولا يظهر اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مفردات العينة من المستويات المعيشية الثلاثة حول القدرات التي يحبونها في بطلهم المفضل.

ومنه نستنتج بأن لا تأثير لمتغير المستوى المعيشي على القدرات التي يحبونها في بطلهم المفضل.

الجدول رقم (174): الأخلاق التي يحبها المبحوثون في أبطال ألعاب الفيديو المفضلين لديهم، حسب متغير المستوى المعيشي

الأخلاق	المستوى المعيشي						P
	تحت المتوسط		متوسط		فوق المتوسط		
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
الصبر	23	29.49	27	32.93	36	45.00	0.10
العدالة	22	28.20	23	28.05	29	36.25	0.43
مساعدة الآخرين	28	35.90	40	48.78	40	50.00	0.14
التضحية	40	51.28	28	34.15	40	50.00	0.14
فعل الخير	30	38.46	30	36.58	36	45.00	0.52
الصدق	27	34.61	37	45.12	43	53.75	**0.05**
الوفاء	14	17.95	15	18.29	25	31.25	0.07
أخرى	46	58.97	44	53.66	53	66.25	0.26

شكلت التضحية أكثر الأخلاق التي يحبها أفراد العينة من أصحاب المستوى المعيشي تحت المتوسط في أبطال ألعاب الفيديو المفضلين لديهم، حسب ما يتبين من الجدول رقم (171). فقد ذكر ذلك 51.28 بالمائة منهم. بالمقابل تمثل مساعدة الآخرين الخلق المحبوب أكثر لدى أصحاب المستوى المعيشي المتوسط، حيث ذكره 48.78 بالمائة منهم و الصدق الخلق المحبوب أكثر عند أصحاب المستوى المعيشي فوق المتوسط، بعد أن ذكره 53.75 بالمائة منهم. وجاء فعل الخير في المركز الثاني عند أصحاب المستوى الأول بنسبة 38.46 بالمائة ثم مساعدة الآخرين بنسبة 35.90 بالمائة ثم الصدق بنسبة 34.61 بالمائة ثم الصبر بنسبة 29.49 بالمائة ثم العدالة بنسبة 28.20 بالمائة. ولدى أصحاب المستوى المعيشي المتوسط حل الصدق في المركز الثاني بنسبة 45.12 بالمائة ثم فعل الخير بنسبة 36.58 بالمائة ثم التضحية بنسبة 34.15 بالمائة ثم الصبر بنسبة 32.93 بالمائة ثم العدالة بنسبة 28.05 بالمائة ثم الوفاء بنسبة 18.29 بالمائة. ولدى أصحاب المستوى المعيشي فوق المتوسط حلت مساعدة الآخرين والتضحية في المركز الثاني من حيث الأخلاق الأكثر ذكرا من المنتمين إلى هذا المستوى بنسبة 50.00 بالمائة

لكليهما. ويليهما الصبر وفعل الخير بنسبة 45.00 بالمائة لكليهما ثم العدالة بنسبة 36.25 بالمائة ثم الوفاء بنسبة 31.25 بالمائة.

وذكر 58.97 بالمائة من أصحاب المستوى المعيشي تحت المتوسط و 53.66 بالمائة من أصحاب المستوى المعيشي المتوسط و 66.25 بالمائة من المستوى فوق المتوسط أمورا أخرى صنفوها ضمن الأخلاق ولكنها مرتبطة بخصوصية كل لعبة ولا يخدم تفصيل ذكرها أهداف هذه الدراسة.

ولا يظهر اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مفردات العينة من المستويات المعيشية الثلاثة حول أخلاق البطل المفضل، عدا فيما يخص خلق الصدق الذي ذكر بشكل أقل من قبل أصحاب المستوى المعيشي تحت المتوسط مقارنة بأصحاب المستويين الآخرين.

وعلى العموم هناك اتفاق على نفس الأخلاق.

الجدول رقم (175): الأهداف التي يسعى أبطال ألعاب الفيديو المفضلين لدى العينة إلى تحقيقها، حسب متغير المستوى المعيشي

الأهداف	المستوى المعيشي						P
	تحت المتوسط		متوسط		فوق المتوسط		
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
محاربة الظلم	17	21.79	22	26.83	27	33.75	0.23
تحقيق العدالة	15	19.30	23	28.05	14	17.50	0.21
التفوق على الآخرين	34	43.59	37	45.12	43	53.75	0.38
فعل الخير	22	28.21	27	32.93	17	21.25	0.24
أخرى	17	21.79	15	18.29	15	18.75	0.83

يعد التفوق على الآخرين هدف أبطال ألعاب الفيديو المفضلين لدى العينة من المستويات المعيشية الثلاثة، حسب ما يظهره الجدول رقم (175)، حيث ذكره 43.59 بالمائة من المستوى تحت المتوسط و 45.12 بالمائة من أصحاب المستوى المتوسط و 53.75 بالمائة من أصحاب المستوى فوق المتوسط. وجاء فعل الخير في المركز الثاني من حيث الأهداف التي يسعى إليها أبطال ألعاب الفيديو المفضلين لدى أصحاب المستوى المعيشي تحت المتوسط بنسبة 28.21 بالمائة ثم محاربة الظلم بنسبة 21.79 بالمائة ثم تحقيق العدالة بنسبة 19.30 بالمائة. أما بالنسبة لأصحاب المستوى المعيشي المتوسط فقد ذكروا هدف فعل الخير في المركز الثاني بنسبة 32.93 بالمائة ثم تحقيق العدالة بنسبة 28.05 بالمائة ثم محاربة الظلم بنسبة 26.83 بالمائة. ولدى أصحاب المستوى المعيشي فوق المتوسط كانت محاربة الظلم الهدف الثاني الأكثر ذكرا بنسبة 33.75 بالمائة ثم فعل الخير بنسبة 21.25 بالمائة ثم تحقيق العدالة بنسبة 17.50 بالمائة.

وذكر 21.79 بالمائة من أصحاب المستوى الأول و 18.29 بالمائة من أصحاب المستوى الثاني و 18.75 بالمائة من أصحاب المستوى الثالث أهدافا أخرى مرتبطة بخصوصية كل لعبة ولا يخدم ذكرها بالتفصيل أهداف هذه الدراسة.

ولا يظهر اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مفردات العينة من المستويات المعيشية الثلاثة حول الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها أبطال ألعاب الفيديو المفضلين لديهم، فهم يجتمعون ويتقاربون في ذكر نفس الأهداف.

الجدول رقم (176): الأخلاق التي يتصف بها العدو أو المنافس في ألعاب الفيديو برأي العينة، حسب متغير المستوى المعيشي

الأخلاق	المستوى المعيشي						P
	تحت المتوسط		متوسط		فوق المتوسط		
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
الكذب	14	17.95	24	29.27	27	33.75	0.07
العنف	23	29.49	29	35.37	26	32.50	0.61
الغش	14	17.95	13	15.85	16	20.00	0.83
الظلم	26	33.33	36	43.90	31	38.75	0.39
الخيانة	10	12.82	16	19.51	12	15.00	0.49
الكراهية	08	10.26	12	14.63	07	08.75	0.46
حب الشر	27	34.62	22	26.83	29	36.25	0.39
أخرى	20	25.64	22	26.83	19	23.75	0.70

يعد الظلم من أكثر الأخلاق السيئة التي يتصف بها المنافس أو العدو في ألعاب الفيديو لدى أصحاب المستويين المعيشيين المتوسط وفوق المتوسط، حيث ذكره 43.90 بالمائة من أصحاب المستوى الثاني و 38.75 بالمائة من أصحاب المستوى الثالث، حسب ما تشير إليه معطيات الجدول رقم (176). بالمقابل فإن حب الشر هو الهدف الأكثر ذكرا عند أصحاب المستوى الأول بنسبة 34.62 بالمائة، ويتقدم بذلك الظلم الذي ذكره 33.33 بالمائة من أصحاب هذا المستوى المعيشي. ودائما ضمن أصحاب المستوى تحت المتوسط جاء العنف في المركز الثالث بنسبة 29.49 بالمائة ثم الكذب والغش بنسبة 17.95 بالمائة لكليهما، ثم الخيانة بنسبة 12.82 بالمائة ثم الكراهية بنسبة 10.26 بالمائة. ويختلف الترتيب بشكل طفيف عند أصحاب المستوى المتوسط، فقد تلا الظلم العنف بنسبة 35.37 بالمائة ثم الكذب بنسبة 29.27 بالمائة ثم حب الشر بنسبة 26.83 بالمائة ثم الخيانة بنسبة 19.51 بالمائة ثم الغش بنسبة 15.85 بالمائة وأخيرا الكراهية بنسبة 14.63 بالمائة. ولدى أصحاب المستوى المعيشي فوق المتوسط جاء حب الشر في المركز الثاني بنسبة 36.25 بالمائة ثم الكذب بنسبة 33.75 بالمائة ثم العنف بنسبة 32.50 بالمائة ثم الغش بنسبة 20.00 المائة ثم الخيانة بنسبة 15.00 بالمائة ثم الكراهية بنسبة 08.75 بالمائة.

وذكر 25.64 بالمائة من أصحاب المستوى المعيشي تحت المتوسط و 26.83 بالمائة من أصحاب المستوى المتوسط و 23.75 بالمائة من أصحاب المستوى فوق المتوسط أخلاقا سيئة أخرى مرتبطة بخصوصية كل لعبة ولا يفيد ذكرها بالتفصيل أهداف هذه الدراسة.

ولا يظهر اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مفردات العينة من المستويات المعيشية الثلاثة بخصوص رأيهم حول الأخلاق التي يتصف بها العدو أو المنافس في ألعاب الفيديو.

ومنه نسجل تقارب كبير في تأويل العينة من المستويات المعيشية الثلاثة حول طبيعة الأخلاق التي يتصف بها العدو أو المنافس في ألعاب الفيديو.

الجدول رقم (177): الأهداف التي يسعى المنافس أو العدو إلى تحقيقها في ألعاب الفيديو برأي العينة، حسب متغير المستوى المعيشي

الأهداف	المستوى المعيشي						P
	تحت المتوسط		متوسط		فوق المتوسط		
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
السرقة	20	25.64	27	32.93	34	42.50	0.13
السيطرة على الآخرين	22	28.21	19	23.17	28	35.00	0.24
قتل الطيبين	31	39.74	35	42.68	34	42.50	0.70
التدمير	21	26.92	21	25.61	20	25.00	0.96
الفوز بكل الطرق	12	15.38	10	12.19	16	20.00	0.44
أخرى	21	26.92	17	20.73	13	16.25	0.25

يعد قتل الطيبين هدف العدو أو المنافس الذي ذكر أكثر من قبل أصحاب المستويات المعيشية الثلاثة، حسب ما يظهره الجدول رقم (177) وذلك بنسب 39.74 بالمائة و 42.68 بالمائة و 42.50 بالمائة على التوالي مع الإشارة إلى أن السرقة حلت في الصدارة أيضا بنسبة 42.50 بالمائة عند أصحاب المستوى الثالث. وكانت السيطرة على الآخرين ثني أكثر الأهداف التي يسعى إليها الأشرار في ألعاب الفيديو ذكرا من قبل أصحاب المستوى تحت المتوسط بنسبة 28.21 بالمائة ثم التدمير بنسبة 26.92 بالمائة ثم السرقة بنسبة 25.64 بالمائة ثم الفوز بكل الطرق بنسبة 15.38 بالمائة. ولدى أصحاب المستوى الثاني، جاءت السرقة في المركز الثاني بنسبة 32.93 بالمائة ثم التدمير بنسبة 25.61 بالمائة ثم السيطرة على الآخرين بنسبة 23.17 بالمائة ثم الفوز بكل الطرق بنسبة 12.19 بالمائة. أما أصحاب المستوى فوق المتوسط فقد ذكروا بعد قتل الطيبين والسرقة، السيطرة على الآخرين بنسبة 35.00 بالمائة ثم التدمير بنسبة 25.00 بالمائة ثم الفوز بكل الطرق بنسبة 20.00 بالمائة.

وذكر 26.92 بالمائة من أصحاب المستوى الأول و 20.73 بالمائة من أصحاب المستوى الثاني و 16.25 بالمائة من أصحاب المستوى الثالث أهدافا أخرى مرتبطة بخصوصية كل لعبة ولا يخدم ذكرها بالتفصيل أهداف هذه الدراسة.

ولا يظهر اختبار كا2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مفردات العينة من المستويات المعيشية الثلاثة حول الأهداف التي يسعى العدو أو المنافس إلى تحقيقها، حيث كان هنالك تقارب شديد في تأويل تلك الأهداف.

ومنه نستنتج بأن لا تأثير لمتغير المستوى المعيشي على تحديد العينة لأهداف العدو أو المنافس في ألعاب الفيديو.

استنتاجات الجزء الميداني من الدراسة :

1. مكانة ألعاب الفيديو ضمن النشاطات الترفيهية للعينة :

- تأتي ممارسة ألعاب الفيديو في مقدمة النشاطات الترفيهية التي يقبل عليها أفراد العينة، وهي تتقاسم ذات المرتبة مع اللعب مع الأصدقاء، يليهما ممارسة الرياضة. ويثبت هذا بأن ألعاب الفيديو بما تمثله من وسيلة ترفيهية جديدة نسبيا في الجزائر مقارنة بالدول المتقدمة والغنية، تمتلك قدرات اجتذاب كبيرة بما تحويه من واقعية ومن إمكانية الانخراط حركيا وجسمانيا وعقليا وعاطفيا مع السيناريو الحركي الموجود وبما تقدمه من سيناريوهات تزيد عن تلك المقدمة من التلفزيون أو السينما بإمكانية التعرض الإيجابي. ينضاف إلى ذلك عامل تراجع سعر هذه الألعاب وحواملها (أدوات اللعب) عن بدايات ظهور اللعبة، مما وسع من نطاق استهلاكها في المجتمع الجزائري.

2. عادات ممارسة ألعاب الفيديو لدى العينة :

- يعد جهاز الكمبيوتر في مقدمة الآلات المستخدمة من قبل العينة في ممارسة ألعاب الفيديو يليه آلة بلاي1 و بلاي2 في المركز الثاني. وجاءت آلة نينتاندو في المركز الرابع تليها آلة بلاي3 فآلة إيكس بوكس.

ويستخدم 33.75 من أفراد العينة أيضا آلات أخرى في اللعب عدا الآلات السابقة، وأغلب هذه الآلات هي عبارة عن وسائل بدائية من مثل الآلات اليدوية ذات الشاشة الصغيرة المدمجة أو الآلات الكبيرة المستخدمة في قاعات اللعب... إلخ.

ومرد هذه النتائج أن جهاز الكومبيوتر متعدد الاستخدامات، واقتناؤه في الأسر ليس لمجرد اللعب فقط، لذا فإنه يأتي في المركز الأول من حيث الاستخدام.

- كلما ارتفع سعر أداة اللعب كلما قل مستخدميها من العينة. مع العلم أن التساوي بين مستعملي جهازي بلاي 1 و بلاي 2 يعود إلى أن الجهاز الأول صار قديما نسبيا وتجاوزه الزمن بالنسبة لممارسي ألعاب الفيديو، وصار من ثم ضروريا الانتقال إلى أداة أحدث تتيح خيارات أكبر وتسمح باستخدام ألعاب أكثر.

- لا وجود لاختلافات كبيرة بين مفردات العينة من الجنسين بخصوص أنواع آلات اللعب الممتلكة، حيث يأتي جهاز الكومبيوتر في المقدمة لديهما. والاختلافات الموجودة هو فيما يخص آلات بلاي 2 و بلاي 3 وإيكس بوكس. ومرد ذلك قد يكون رغبة ممارسة ألعاب الفيديو الأكثر لدى الذكور مقارنة بالإناث، وهو ما يدفعهم إلى البحث عن اقتناء أحدث الآلات من أجل ممارسة ذات نوعية أفضل، تتيح خيارات كثيرة.

- هناك تأثير جزئي لمتغير ولاية الإقامة على الآلات المستخدمة في اللعب من قبل العينة. فاستخدام جهاز الكومبيوتر والآلات الأخرى الخارجة عن الأنواع المذكورة في سطيف أكثر منه في بقية الولايات.

وتفسير ذلك أن انتشار هاذين النوعين من الوسائل أكبر في سطيف التي تعد من أكثر الولايات من حيث تجارة التجهيزات الإلكترونية و المعلوماتية، في الجزائر.

- لمتغير المستوى المعيشي تأثير على نوع آلات اللعب الممتلكة. ويظهر الاختلاف بين أصحاب المستويات المعيشية الثلاثة فيما يخص امتلاك آلة بلايستايشن 2 ، حيث تتقارب نسبة امتلاكها بالنسبة لأصحاب المستويين المعيشيين المتوسط وفوق المتوسط وهي نسبة أعلى مقارنة بمن يملكونها من أصحاب المستوى تحت المتوسط. ومرد ذلك غلاء ثمن هذه الآلة نسبيا مقارنة بالجيل الأول منها. غير أن المفاجئ هو عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أصحاب المستويات المعيشية في امتلاك آلة بلايستايشن 3 رغم غلائها الكبير. لكن قلة نسبة من يمتلكونها قد تؤشر أنه تم الحصول عليها كهدية ربما.

- بقي جهاز الكومبيوتر هو الأكثر استخداما للعب من قبل العينة (خلال خمسة أشهر)، بل وارتفع استخدامه يليه بعد ذلك جهاز بلاي1 الذي ارتفع استخدامه أيضا. كما ازداد عدد الأطفال المدروسين الذين يستخدمون بقية الأجهزة. ويعد هذا الارتفاع في استخدام الأجهزة منطقيا قياسا بعدة عوامل. أولها وهو فيما يخص جهاز الكومبيوتر هي خاصية تعدد الاستعمالات وارتفاع نسبة انتشاره في المجتمع الجزائري، وثانيها، أن تراكم خبرة اللعب لدى الطفل يجعله يرغب دوما في الأحسن والأكثر تطورا للاستجابة لمتطلبات اللعب المتزايدة والتي تحتاج إلى تقنيات أكبر وأفضل.

- أفراد العينة الذين يمتلكون آلة واحدة للألعاب يمثلون الأكثرية يليهم من يمتلكون آلتين ثم من يمتلكون ثلاث آلات ثم من يمتلكون أربع آلات ثم من يمتلكون خمس آلات ثم من يمتلكون ست آلات. ويجد الأمر تفسيره في أسعار آلات اللعب المرتفعة التي قد تحول دون امتلاك أكثر من آلة أو آلتين. إضافة إلى أن ممارسة ألعاب الفيديو لم تتجذر في المجتمع الجزائري إلى الحد الذي يؤدي إلى المواكبة المستمرة لظهور آلات لعب جديدة ومتطورة، بالنسبة للجميع.

- هناك اختلاف بين أفراد العينة من الولايات الأربعة بخصوص عدد آلات اللعب الممتلكة. والاختلاف يخص بالدرجة الأولى امتلاك آلة واحدة وثلاث آلات وأربع آلات. ففي ولايتي وهران و ورقلة يوجد أكبر عدد ممن يمتلكون آلة واحدة. بالمقابل، يوجد في سطيف والجزائر العاصمة أكبر عدد ممن يمتلكون ثلاث آلات. وفي سطيف يوجد أكبر عدد ممن يمتلكون أربع آلات. ومرد ذلك أن سطيف تعد مركز تجارة التجهيزات الإلكترونية والمعلوماتية لذا نسبة امتلاك آلات اللعب أكبر فيها مقارنة ببقية الولايات، خصوصا ولايتي وهران و ورقلة.

- هناك اختلاف بين مفردات العينة من المستويات المعيشية الثلاثة فيما يخص عدد آلات اللعب الممتلكة. وتظهر المعطيات أن الأرقام تتباعد بين أصحاب المستويات المعيشية الثلاثة كلما زاد عدد الآلات. ومبعث هذا أنه كلما زاد المستوى المعيشي كلما كانت فرصة مواكبة كل جديد واردة فيما يخص آلات اللعب، والعكس صحيح.

- تأتي ألعاب المغامرات في مقدمة ألعاب الفيديو المفضلة لدى العينة، تليها ألعاب المحاكاة الواقعية ثم ألعاب المحاكاة الرياضية وتقل نسبة الإقبال بعدها على بقية أنواع الألعاب مقارنة بالأنواع الأولى،

وبتجميع هذه الألعاب ضمن التصنيف المذكور في الفصول النظرية نجد أن ألعاب الحركة تأتي في مقدمة الألعاب المحببة للمبحوثين تليها ألعاب المحاكاة فألعاب الإستراتيجية وأخيرا الألعاب المجهولة والتي لم يستطع الباحث تحديد طبيعتها. و يجد تفضيل الأطفال لألعاب الحركة وألعاب المحاكاة تفسيره فيما يتيحه النوع الأول من الألعاب من حركية ومن سيناريو متجدد مقارنة ببقية أنواع اللعب، واحتواء هذه الألعاب لشخصيات سينمائية أو شخصيات رسوم متحركة، و ما يتيحه الثاني من محاكاة واقعية يعايشونها يوميا (محاكاة رياضات يمارسونها بالفعل أو يتابعون أخبارها أو محاكاة قيادة السيارات أو الدراجات المحببة إليهم).

- هناك فروق بين الذكور والإناث بخصوص أنواع ألعاب الفيديو المفضلة لديهما، خصوصا الأنواع الرئيسية منها. فالإناث أكثر حبا لألعاب الحركة مقارنة بالذكور، في حين أن الذكور أكثر حبا لألعاب المحاكاة بنوعيها (الرياضية والواقعية). وتتوافق هذه النتائج مع طبيعة الجنسين. فالإناث تستهويهن القصص والحكايات التي توجد ضمن ألعاب الحركة عموما (المغامرات – القتال – الرمي)، بينما تستهوي الذكور الرياضة وقيادة السيارات أو الدراجات والتي نجدها في ألعاب المحاكاة.

- يشكل أفراد العينة الذين يملكون عدد ألعاب يتراوح ما بين 4 و 10 ألعاب الأكثرية يليهم من يملكون أكثر من 30 لعبة ثم من يملكون ما بين 11 و 20 لعبة و أخيرا من يملكون ما بين 21 و30 لعبة.

- يوجد اختلاف بين الذكور والإناث في امتلاك عدد ألعاب الفيديو، وهذا لصالح الذكور في الفئة الأولى (4-10 ألعاب) و لصالح الإناث في الفئتين الثالثة (21-30 لعبة) والرابعة (أكثر من 30 لعبة). ويجد الأمر تبريره في أن الإناث، يبحثن دوما عن التجدد وسرعان ما يشعرن بالرتابة ومن الملل من نفس اللعبة، لذا يستهويهن اقتناء ألعاب جديدة دوما، في حين هناك نوع من الاستقرار لدى الذكور على أنواع من الألعاب يستمرون طويلا في ممارستها، خصوصا ما تعلق منها بألعاب المحاكاة والتي وإن تجددت عناوينها فإنها تبقى نمطية.

- تشير المعطيات إلى وجود فروق بين أفراد العينة من الولايات الأربع من حيث عدد الألعاب الممتلكة. فولاية سطيف كما ورد ذكره سابقا، هي التي تحوي أكبر عدد من أفراد العينة الذين يمتلكون أكثر من 30 لعبة. بينما يوجد في الولايات الأخرى أكبر عدد من أفراد العينة الذين يمتلكون من 4 إلى 10 ألعاب. والسبب يعود إلى كون سطيف مركزا للتجهيزات الإلكترونية والمعلوماتية ومن ثم البرامج المرافقة ومنها ألعاب الفيديو.

- يعد الشراء الوسيلة التي يستخدمها كل أفراد العينة (100 بالمائة) لاقتناء ألعاب الفيديو، تليه الاستعارة وأخيرا التحميل. ويمكن تفسير الأمر بتدني أسعار ألعاب الفيديو في الجزائر (أنظر الجدول رقم 15)، مما

يجعل اقتناءها سهلا. كما أن الاستعارة سلوك مألوف بين الأطفال في مثل هذا السن. أما التحميل على الإنترنيت فقد يتطلب دراية بهذه التكنولوجية صعبة نسبيا على أصحاب هذه المرحلة العمرية (في الجزائر).

- تظهر المعطيات أن أفراد العينة الذين يشترون ألعاب فيديو جديدة في المناسبات هم الأكثرية يليهم من يلجأ منهم إلى شراء ألعاب مرة في الأسبوع ثم من يقتنيها مرة في الشهر، ثم من يشترونها مرة كل ثلاثة أشهر وأخيرا من يلجؤون إلى شرائها مرة كل شهرين. وتجد هذه النتائج تفسيرا لها في كون المناسبات فرصة للحصول على المال من طرف الأهل والأقارب وبالتالي يمكن شراء ألعاب فيديو جديدة. بينما يأتي الشراء مرة كل أسبوع في المركز الثاني لقلة سعر الألعاب وإمكانية تخصيص مبلغ أسبوعي لشراء ولو لعبة واحدة في هذه الفترة.

- تعد العطل والمناسبات أفضل فترات ممارسة ألعاب الفيديو تليها الممارسة اليومية، ثم الممارسة مرة في الأسبوع، ثم اللعب يوما بيوم وأخيرا الممارسة مرة في الشهر. وقد تعود هذه النتائج إلى نوع من رقابة الأولياء على فترات الممارسة لعدم الانشغال عن الدراسة.

- يشكل من ليس لديهم وقت محدد لممارسة ألعاب الفيديو الأكثرية، يليهم الذين يمارسونها في المساء ثم الذين يمارسونها في الصباح والمساء. ولا يمثل الذين يمارسون ألعاب الفيديو في كل وقت سوى نسبة قليلة ليأتي في المركز الأخير الذين يلعبون في الصباح بنسبة ضئيلة جدا. وتعد هذه النتائج منطقية نسبيا. فالطفل في هذه المرحلة العمرية قد تنتابه الرغبة في اللعب في أي وقت لذا لا يملك وقتا محددا للعب، إلا إن كانت لديه ارتباطات أخرى وفي مقدمتها الارتباطات الدراسية. والفترة المسائية عادة هي التي تكون شاغرة وتتيح له ممارسة ألعاب الفيديو أكثر من الفترة الصباحية التي يدرس فيها أو يمارس خلالها نشاطات أخرى.

- هناك اختلاف طفيف بين أفراد العينة من الولايات الأربع حول أوقات الممارسة. وتمس الفروق بالدرجة الأولى الفترة المسائية، حيث تعد الفترة المفضلة لدى أفراد العينة من ولاية سطيف، بينما أكد أفراد العينة من بقية الولايات عدم وجود وقت محدد للممارسة لديهم.

- يشكل أفراد العينة الذين يقضون ساعة واحدة فقط في اليوم الواحد (اليوم الواحد وليس يوميا) عند ممارسة ألعاب الفيديو الأكثرية، يليهم من يمارس لمدة ساعتين. ثم من يمارسون لمدة ثلاث ساعات، ثليهم من يمارسون لأكثر من أربع ساعات، وأخيرا من يمارسون لمدة أربع ساعات. وتعد ممارسة اللعب لساعة أو ساعتين معقولة بالنسبة لهذه الفئة العمرية، بالنظر إلى الالتزامات الدراسية من جهة وأيضا ما قد تشكله الرقابة العائلية من عائق لزيادة الفترات.

- يعد من يحبون ممارسة ألعاب الفيديو مع أخ أو أخت الأكثرية يليهم من يحبون ممارستها لوحدهم ثم من يمارسونها مع صديق وبنسب قليلة من يمارسونها مع عدة أصدقاء في نفس الوقت أو مع الأب أو الأم. ومرد ذلك هو فضاء اللعب في حد ذاته، حيث أن الممارسة تتم بالدرجة الأولى في البيت.

- هناك اختلافات بين الذكور والإناث حول شركاء اللعب. و الأمر يمس بالدرجة الأولى اللعب مع الأم والأب وأيضا مع عدة أصدقاء. ويجد الأمر تفسيره في كون الإناث أكثر قربا من الوالدين من الذكور وبالتالي أكثر رغبة في اللعب معهما. كما أن الإناث يملن إلى اللعب الجماعي أكثر من الذكور الذين يميلون أكثر إلى اللعب مع أخ أو أخت أو مع صديق واحد.

- هناك اختلافات بين أفراد العينة من الولايات الأربع بخصوص شركاء اللعب. والفوارق موجودة بالخصوص بين العاصميين وسكان الولايات الثلاث الأخرى حول الممارسة مع أخ أو أخت ومع صديق.

- يأتي المنزل في مقدمة الأماكن التي يفضل أفراد العينة ممارسة ألعاب الفيديو فيها، وهذا لكون الممارسة المنزلية تتيح حرية أفضل وعدم تقييد مرتبط بالمال أو الوقت أو حتى المكان. وتأتي قاعة اللعب في المرتبة الثانية ثم منزل صديق في المرتبة الثالثة وأخيرا الأماكن الأخرى من مثل الشارع أو المدرسة.

- تحوي ألعاب الفيديو عوامل جذب وأسر للاعب قد تؤدي إلى الإدمان، لولا الرقابة الأسرية. ولأن الطفل في هذه المرحلة العمرية يرغب في التعبير عن ذاته، فهو يحاول دوما إثبات قدرته على تجاوز أي صعوبات تعترضه لذا لا يتوقف عن اللعب عند الخسارة حتى يحقق الفوز.

3. تفاعل العينة مع خصائص شكل ومضمون ألعاب الفيديو :

- تعد متعة الفوز وبطل القصة أكثر الأمرين المحببين لدى العينة في ألعاب الفيديو، تليهما أحداث القصة، ثم الرسوم ثم الموسيقى وأخيرا الألوان. و تتوافق هذه النتائج مع الخصائص النفسية والعقلية لطفل هذه المرحلة العمرية. فكما ورد ذكره في الفصل الأول، تنمو لدى طفل هذه المرحلة مخاوف من نوع جديد، مخاوف مرتبطة بالفشل فيما يقوم به، لذا تكون لديه رغبة جامحة في النجاح فيما يقوم به، ليبلغ متعة تحقيق الفوز. غير أن هذا الفوز لا يمكن أن يتحقق إلا في وجود بطل تتجسد فيه المزايا التي يحبها والتي تجعله يتحدى أي صعوبات يواجهها. و تشكل بقية الأمور كالرسوم والألوان والموسيقى إضافات ومنكّهات تأتي أهميتها في المقام الموالي.

- يعد الذكور أكثر اهتماما ببطل القصة وأحداثها من الإناث، في حين أن الإناث يقتصر اهتمامهن بمتعة الفوز فقط، لتأتي بقية الأمور في مراكز ثانوية جدا.

- لا تعي الغالبية العظمى من أفراد العينة أماكن حصول الأحداث، ومرده عدم إعطائهم أولوية لمعرفة ذلك. غير أن الذين ذكروا أماكن حدوث هذه الأحداث يتجلى لديهم هذا الوعي، ولعل المؤشرات التي

ساعدتهم في معرفة ذلك موجودة أصلا في الملامح التي تقدم بها الأماكن أو حتى ذكر أسماء تلك الأماكن والتي عادة ما تكون معروفة. والأماكن المذكورة متوافقة إلى حد ما بالبلدان المصنعة للألعاب المذكورة في الجزء التحليلي من الدراسة (الولايات المتحدة الأمريكية – اليابان – فرنسا //تنقص بريطانيا). كما ذكرت الجزائر. وقد يعود إلى ألعاب المحاكاة الرياضية ككرة القدم، والتي تتيح اختيار المنتخب الجزائري في اللعب أو الأندية الجزائرية.

- تعد الإناث أكثر من عبر عن عدم معرفتهن بأمكنة حصول أحداث ألعاب الفيديو. ويعود ذلك إلى أن الإناث أقل اهتماما بالتفاصيل من الذكور لذا لم يتعرفن على تلك الأمكنة.

- هناك اختلافات بين مفردات العينة فيما يخص معرفة الأمكنة التي تجري فيها أحداث ألعاب الفيديو وهذا لصالح المنتمين لولاية سطيف الذين توجد ضمنهم أكبر نسبة ممن يعرفون تلك الأمكنة. وقد يكون مرد ذلك أن ثقافة ألعاب الفيديو أعلى لدى مفردات العينة المنتمية لولاية سطيف والأمر ذو صلة بأدوات اللعب والألعاب الأكثر لديهم مقارنة ببقية مفردات العينة. إضافة إلى أنواع ألعاب الفيديو في حد ذاتها، حيث ترتفع نسبة ألعاب المحاكاة الرياضية لدى مفردات العينة من ولاية سطيف وهي الألعاب التي تحوي أكبر قدر من مؤشرات السياق المكاني للأحداث.

- هناك علاقة بين أنواع ألعاب الفيديو ومدى معرفة أمكنة حصول أحداثها من قبل مفردات العينة. فألعاب الإستراتيجية العسكرية و الرمي والمحاكاة الرياضية هي أكثر الألعاب التي تم التعرف على أمكنة حصول أحداثها. ومرد ذلك أن هذه الألعاب تحوي مؤشرات على ذلك. فألعاب الإستراتيجية العسكرية تحوي مؤشرات على تسميات الجيوش وأرضية المعركة وألعاب الرمي مثل كونتر سترايك التي تحوي مؤشرات من خلال واقعية تسمية الفرقة التي تمارس الرمي كما ذكرناه في التحليل الكيفي لألعاب الفيديو. كما أن ألعاب المحاكاة الرياضية تجري في ملاعب محاكية للملاعب الحقيقية وبفرق وشخصيات واقعية.

وتقل نسبة معرفة زمن أحداث ألعاب الفيديو في بقية أنواع ألعاب الفيديو.

- لا تعي معظم مفردات العينة حقيقة زمن أحداث ألعاب الفيديو. وقد يعود ذلك لعدة أسباب أولها أن الكثير من هذه الألعاب لا تحمل مؤشرات على زمن أحداث الألعاب (أنظر الجدول رقم 21). كما أن الكثير من الألعاب التي تحوي مؤشرات على زمن حصولها تحدث التباسا بفعل وجود أحداث خارقة في ألعاب تحصل في الماضي أو في الحاضر أو وجود خلط في استخدام بعض التقنيات التي لا تتلاءم وزمن أحداث قصة اللعبة.

- هناك اختلافات بين الذكور والإناث في مدى معرفة زمن أحداث ألعاب الفيديو وهذا لصالح الذكور. ومرد ذلك أن الإناث أقل اهتماما بالتفاصيل لذا فهن أقل تأكدا من زمن الأحداث.

- توجد اختلافات بين أصحاب المستويات المعيشية الثلاث فيما يخص مدى معرفة زمن أحداث ألعاب الفيديو، وهذا لصالح أصحاب المستوى المعيشي فوق المتوسط، حيث كانوا الأكثر معرفة لزمن أحداث

ألعاب الفيديو. وقد يعود ذلك إلى أن أصحاب المستوى المعيشي فوق المتوسط بما يملكونه من عدد آلات أكبر وأكثر تطورا تعد ممارسة ألعاب الفيديو لديهم أكثر احترافية من نظرائهم من المستويات المعيشية الثلاث، ومن ثم يملكون خبرة أكبر وأدوات أكثر تطورا تسمح لهم باكتشاف زمن أحداث ألعاب الفيديو.

- هناك علاقة بين أنواع ألعاب الفيديو ومدى معرفة العينة لزمن حصول أحداثها. فألعاب المحاكاة الرياضية هي التي تم التعرف فيها أكثر على زمن أحداث ألعاب الفيديو ضمن الألعاب الأكثر ترددا، تليها ألعاب المغامرات، ثم ألعاب الرمي ثم ألعاب المحاكاة الواقعية وأخيرا ألعاب القتال. ومرد ذلك أنه كما كانت الألعاب تحاكي الواقع أو تستخدم شخصيات واقعية فإنه يتم التعرف على زمن أحداثها.

- أبدت الغالبية العظمى من أفراد العينة رغبتها في أن تصبح مثل أبطالها المفضلين. وتعد هذه النتائج طبيعية قياسا بخصائص هذه الفئة العمرية التي تنمو لديها الرغبة في تحقيق المعجزات وفي التحلي بأدوار البطولة وتحقيق نجاحات في كل ما تقوم به.

- هناك اختلافات بين مفردات العينة في مدى الرغبة في أن يصبحوا مثل أبطالهم المفضلين، لصالح ولاية سطيف. ومبعث ذلك هو ثقافة ألعاب الفيديو الأعلى لدى مفردات العينة المنتمين لولاية سطيف والأمر ذو صلة بأدوات اللعب والألعاب الأكثر لديهم مقارنة ببقية مفردات العينة، إضافة إلى أنواع ألعاب الفيديو في حد ذاتها، حيث ترتفع نسبة ألعاب المحاكاة الرياضية لدى مفردات العينة من ولاية سطيف وهي الألعاب التي تحوي شخصيات واقعية تأمل العينة الوصول إلى مستواها وإنجازاتها (الرياضية عادة).

- تتفاعل مفردات العينة بشكل كبير مع ألعاب الفيديو وشخصيات أبطالها بدليل أن أكثر من نصف مفرداتها سبق لها وأن قلدت أبطالها المفضلين. ويتمثل التقليد المذكور في الإجابات عادة بمحاكاة جزئية لبعض مواقف اللعب مع الزملاء. أما الأبطال المقلدين المذكورين فهم الأبطال الأسطوريين عادة مثل سوبرمان وسبايدرمان وباتمان، أو أبطال ألعاب المحاكاة الرياضية وألعاب المحاكاة الواقعية. ومبعث ذلك وجود أدوات تتيح المحاكاة (ألعاب تجسد هذه الشخصيات أو الممارسات).

- هناك اختلاف بين الذكور والإناث فيما يخص تقليد أبطال ألعاب الفيديو المفضلين لديهم، وهذا لصالح الذكور الذين يعدون أكثر تقليدا من نظرائهم الإناث. وقد يكون مرد ذلك أن فرص التقليد أكبر عند الذكور منه عند الإناث، خاصة وأن التقليد مس بالدرجة الأولى كما تم ذكره في الجدول رقم (110) شخصيات ذكورية بالدرجة الأولى وأيضا شخصيات رياضات ذكورية (كرة القدم).

- هناك اختلافات بين مفردات العينة من الولايات الأربع بخصوص تقليدهم لأبطالهم المفضلين في ألعاب الفيديو وهذا لصالح المنتمين لولاية سطيف والذين كانوا أكثر تقليدا من غيرهم. وينطبق هنا نفس التفسير المقدم بخصوص مدى الرغبة في تقليد أبطال ألعاب الفيديو، وهو ثقافة ألعاب الفيديو الأعلى لدى مفردات العينة المنتمين لولاية سطيف والأمر ذو صلة بأدوات اللعب والألعاب الأكثر لديهم مقارنة ببقية مفردات العينة، إضافة إلى أنواع ألعاب الفيديو في حد ذاتها.

- رغم الإعجاب الشديد من قبل مفردات العينة بهذه الألعاب، إلا أنهم واعون بأن ما يقدم فيها يفوق الواقع. وما يمكن تحققه هو ما يحاكي الواقع محاكاة حقيقية كألعاب المحاكاة الرياضية وألعاب المحاكاة الواقعية.

4. تفاعل العينة مع القيم المحتواة في ألعاب الفيديو :

- يعد الانتباه في مقدمة الأشياء التي تعلمتها مفردات العينة من ألعاب الفيديو، وحلت المهارة في المركز الثاني و السرعة في المركز الثالث ثم الشجاعة ثم الصبر فالإرادة. وأخيرا حلت القراءة السريعة والتحكم في الكمبيوتر في المركزين الأخيرين. وبقراءة تراعي طبيعة الأمور المتعلمة يلاحظ أن الأمور الحركية جاءت في المركز الأول ثم الأمور العقلية ثم الأمور النفسية وأخيرا الأمور الأخلاقية.

- يلاحظ تقارب كبير بين الأمور العقلية والأمور الحركية المتعلمة، وهذا يتطابق نسبيا مع خصوصية ألعاب الفيديو التي يقوم مبدأ اللعب فيها على الحركية ومواجهة المواقف المختلفة بإعمال العقل والحركة، والاثنان هما اللذان يعطيان الصبغة النفسية للبطل، أو يؤثران على نفسية الممارس أصلا. وتأتي الأخلاق كشيء ثانوي.

- الذكور أكثر انجذابا لما هو حركي لذا جاءت الأمور الحركية المتعلمة في الصدارة تلتها الأمور العقلية التي تفرضها طبيعة اللعبة من أجل تحقيق الفوز ثم الأمور النفسية وأخيرا الأمور الأخلاقية. ويختلف الأمر عند الإناث اللواتي ذكرن الأمور العقلية قبل الأمور الحركية. كما وضعن الأمور الأخلاقية قبل الأمور النفسية، بسبب ميولاتهن العاطفية الأكبر، مقارنة بالذكور.

- توجد اختلافات بين مفردات العينة من الولايات الأربع فيما يخص بعض الأمور المتعلمة من ألعاب الفيديو وهي المهارة والشجاعة والقراءة السريعة. والفروق فيما يخص المهارة هي لصالح مفردات العينة من ولاية سطيف، ولعل مبعث ذلك توجهها نحو ممارسة ألعاب مهارية (تجتمع فيها مهارة الأبطال المجسدين بمهارة الممارس) مثل ألعاب المحاكاة الرياضية والمحاكاة الواقعية، وأيضا لامتلاكها لآلات أكثر تطورا تتيح أداء تقنيات غير متوافرة في الآلات الأقل تطورا. أما فيما يخص الشجاعة فالفروق هي لصالح على التوالي مفردات العينة من ولايتي سطيف ووهران. وقد يكون الأمر أيضا مرتبطا بنوعية الألعاب الممارسة أيضا.

- حلت القدرات الحركية (المهارة و السرعة) في مقدمة القدرات التي تتيح للاعب الفوز في ألعاب الفيديو حسب العينة. وجاءت القدرات العقلية (الذكاء و فهم التعليمات) في المركز الثاني. وأخيرا حلت القدرتان النفسيتان (الصبر وعدم التردد) في المراكز الأخيرة. و جاء ترتيب طبيعة القدرات بذلك على العموم متوافقا مع ترتيب طبيعة الأمور المتعلمة مع اختلاف طفيف فيما يخص النفسي والأخلاقي.

- تسود فكرة البطل الذكر في أذهان العينة. والفكرة ذاتها تم ملاحظتها في الجزء التحليلي من الدراسة، حيث لوحظ سيادة البطل الذكر على البطلة.

- توجد اختلافات عالية بين الذكور والإناث بخصوص مواصفات البطل المفضل من حيث الجنس. فقد اختار الذكور أبطالا ذكورا والإناث بطلات. غير أن الملاحظ هو أن نسبة من فضل بطلا من الجنس الآخر أكبر عند الإناث منها عند الذكور. بمعنى أن الإناث أكثر تقبلا لفكرة البطل الذكر، من تقبل الذكور لفكرة البطلة.

- لوحظ وجود اختلافات بين مفردات المستويات المعيشية الثلاثة بخصوص جنس البطل المفضل، حيث يلاحظ سيادة فكرة البطل الذكر عند أصحاب المستويين تحت المتوسط وفوق المتوسط، وتقارب النتائج حول الجنسين لدى مفردات العينة من أصحاب المستوى المتوسط.

- اختارت معظم مفردات العينة أن يكون بطلها المفضل مراهقا. وتفسير ذلك أن الأطفال دوما يفترضون بأنهم أكبر من سنهم، لذا فإنهم في مرحلة الطفولة المتأخرة يعتبرون أنفسهم مراهقين ويفضلون أن يكون أبطالهم من هذه الفئة. كما أن رغبتهم الجامحة في التحلي بنفس قدرات وصفات البطل تجعلهم يتمنون حدوث ذلك مبكرا.

- توجد اختلافات ين الذكور والإناث حول مواصفات البطل المفضل من ناحية السن. فمع أن كلاهما ذكر المراهق أكثر إلا أن نسبة ذكره كانت أعلى بكثير لدى الإناث منها لدى الذكور ولعل مبعث ذلك أن الإناث أكثر إحساسا بأنهن قريبات من المراهقة من الذكور. ويلاحظ اختلافات كبيرة أيضا بالنسبة لاختيارات البطل البالغ، فهي أعلى بكثير عند الذكور منها عند الإناث. ولعل مرد ذلك طبيعة الألعاب التي يمارسها الطرفان. فكما ورد في الجدول رقم (82) فإن ألعاب المحاكاة الرياضية والواقعية التي يظهر فيها البطل البالغ هي أكثر عند الذكور منها عند الإناث.

- يربط الأطفال إلى حد ما بين البطولة والوضع المادي المريح، ربما لاعتبارهم عدم قدرة الإنسان الفقير على مجاراة متطلبات البطولة التي تكون مرتبطة بأشياء مادية في الغالب (سيارات – اقتناء آلات وأدوات – أسلحة...الخ).

- تفضل الغالبية الساحقة من مفردات العينة أن يكون بطلها المفضل إنسانا، ويتوافق هذا مع الرغبة في رؤية شخصيات واقعية، والابتعاد عن طابع الخيال. وتتوافق هذه النتائج أيضا مع ما تم استنتاجه في الجزء التحليلي من الدراسة. ويتماثل هذا التقييم مهما كانت المتغيرات.

- تؤكد مفردات العينة على ضرورة اجتماع صفتي الجمال والقوة في بطل ألعاب الفيديو المفضل. وبذلك تتكرر الصورة النمطية التي يقدم بها البطل في مختلف وسائل الإعلام، في ألعاب الفيديو أيضا، وهي صورة البطل الذي يجمع بين الصفتين المذكورتين دون الاكتفاء بإحداهما فقط. وهذه الصورة ترسّخت لدى العينة التي تولي أهمية لهذا العنصر، علما أن ألعاب الفيديو بما تتيحه من واقعية من خلال الصور الثلاثية الأبعاد تجسد هاتين الصفتين بشكل عالي أيضا.

- حلت القوة في مقدمة القدرات التي يحبها المبحوثون في أبطال ألعاب الفيديو المفضلين لديهم. وجاء الذكاء والسرعة في المركزين الثاني والثالث، تليهما المهارة ثم الصبر وأخيرا العلم. وبتمييز القدرات من حيث طبيعتها، يلاحظ أن القدرات الحركية والجسمانية هي التي تكررت أكثر، تليها القدرات ذات الطبيعة العقلية و القدرات ذات الطبيعة النفسية. وهذه التراتبية قريبة جدا من التراتبية التي وجدناها في الجزء التحليلي من الدراسة (أنظر الجدول رقم (44).

- لوحظ وجود اختلافات عالية بين الذكور والإناث فيما يخص قدرات الذكاء والعلم (لصالح الإناث) والقوة والسرعة (لصالح الذكور). ويعود هذا إلى أن الذكور أكثر ميلا لكل ما هو حركي وجسماني مقارنة بالإناث.

- توجد اختلافات بين مفردات العينة من الولايات الأربع بخصوص خيار الذكاء فقط وهذا لصالح المفردات المنتمية لولاية سطيف التي كان ضمنها أكثر من ذكر هذه القدرة. وقد يعود الأمر إلى طبيعة الألعاب التي يمارسونها والتي تقتضي هذه القدرة أكثر من غيرها.

- تشكل مساعدة الآخرين أكثر الأخلاق المحبوبة في أبطال ألعاب الفيديو المفضلين والمذكورة من قبل مفردات العينة، تليها التضحية، ثم الصدق ثم خلق فعل الخير. وحل خلق الصبر في المركز الخامس من بين الأخلاق التي يحبها المبحوثون في أبطالهم المفضلين، تليه العدالة ثم الوفاء. ويسجل هنا أن خلق مساعدة الآخرين والتضحية اللتان كانتا أكثر ترددا هما القيمتين اللتين تتصدران القيم الاجتماعية لأبطال ألعاب الفيديو حسب ما أظهره الجزء التحليلي للدراسة. كما أن خلق الصبر هو الذي يتصدر القيم الأخلاقية لأبطال ألعاب الفيديو في الجزء التحليلي من الدراسة. وكان الوفاء ضمن القيم الأخلاقية لأبطال ألعاب الفيديو المدروسة.

- تعتقد العينة الخيرية في أبطال ألعاب الفيديو المفضلة لديها بدليل أن كل أهدافها خيرية (التفوق على الآخرين - محاربة الظلم - فعل الخير- تحقيق العدالة)، مع العلم أن الكثير من أبطال ألعابهم المفضلة لا يحملون بالضرورة صفة الخيرية حيث وجد أن الكثير منهم عبارة عن لصوص أو حتى إرهابيين. وقد تؤشر هذه النتيجة إلى أن تقييم الأطفال متماثل للقيم المحتواة في الألعاب رغم تباين الأدوار التي يختارونها أو تفرض عليهم، بحيث تعد إيجابية دوما عندهم، سواء تمثلوا دور البطل أو عدوه أو منافسه.

- توجد اختلافات بين مفردات العينة من الولايات الأربع فيما يخص اثنين من الأهداف التي يسعى برأيهم أبطال ألعاب الفيديو إلى تحقيقها وهما التفوق على الآخرين وفعل الخير. وكانت الفروق لصالح مفردات العينة من ولايتي سطيف ووهران بالنسبة للتفوق على الآخرين بينما كانت الفروق لصالح مفردات العينة من ولايتي الجزائر و ورقلة. وقد يعود الأمر بالدرجة الأولى إلى أنواع ألعاب الفيديو وطبيعة ممارستها (بشكل فردي أو ثنائي أو جماعي) من جهة، وتراكم خبرة اللعب من جهة أخرى. فاجتماع هذين العنصرين، يجعل اللاعب متعودا على اللعبة وطبيعتها إلى الحد الذي يشكل فيه التغلب والفوز على

المنافسين الهاجس الأكبر. وبتراجع هذين العنصرين، يحتفظ مضمون الألعاب ببريقه، ويجعل الممارس يتفاعل بشكل أكبر مع ذلك المضمون، خصوصا إذا كانت غالبية تلك الألعاب من نوع ألعاب المغامرات.

- حل الظلم في مقدمة الأخلاق السيئة التي يتصف بها العدو أو المنافس في ألعاب الفيديو، متبوعا بخلقي العنف و حب الشر ثم الكذب و الخيانة و الكراهية. وعلى العموم هي أخلاق تتصف بالسوء. غير أن الملاحظ وجود قيمة العنف التي تتوافر أيضا لدى الأبطال، لكن تقييمها مختلف بحيث أنها تعتبر قوة عند البطل وعنفا لدى العدو أو المنافس (من منظور العينة).

- توجد اختلافات بين الذكور والإناث فيما يخص الكذب كخلق (سيئ) يتصف به العدو أو المنافس في ألعاب الفيديو ، حيث ذكرته الإناث أكثر من الذكور، وهو ما يظهر أنهن أكثر حساسية تجاه هذا الخلق السيئ من نظرائهن الذكور. بالمقابل كانت هناك اختلافات عالية بخصوص العنف لصالح الذكور الذين ذكروه بشكل أكبر مقارنة بالإناث. ولعل مرد ذلك يعود إلى أنواع ألعاب الفيديو التي يمارسها الذكور والإناث (أنظر الجدول رقم 70). كما يسجل وجود اختلافات لصالح الإناث بخصوص حب الشر. ولعل مرد ذكر الإناث لحب الشر أكثر من الذكور هو ممارستهن أكثر من الذكور لألعاب المغامرات التي تحوي أكثر من بقية الألعاب سيناريوهات عن أعداء يسعون للقيام بأمور شريرة يتصدى لهم البطل.

- لوحظ وجود اختلافات بين مفردات العينة بخصوص ذكر اثنين من الأخلاق التي يتصف بها المنافس أو العدو في ألعاب الفيديو و هي الكذب والظلم. أما بالنسبة للكذب فالفروق لصالح ولايات سطيف ووهران و ورقلة مقارنة بالجزائر. ولعل للأمر ارتباط بوجود هذا الخلق أصلا من عدمه في ألعاب الفيديو التي تختلف مفردات العينة في ممارستها. وبخصوص الظلم فقد كانت الفروق لصالح ولاية سطيف مقارنة ببقية الولايات، وقد يصلح نفس التفسير السابق هنا.

- اتّضح أن من يعتبرون أن قتل الطيبين هو الهدف الذي يسعى إلى تحقيقه العدو أو المنافس في ألعاب الفيديو هم الأكثرية من مفردات العينة يليهم من ذكر السرقة ثم السيطرة على الآخرين ثم التدمير والفوز بكل الطرق. ويشار أنه بإزالة السمة السلبية على هذه الأهداف نلاحظ أنها نفس أهداف البطل على العموم، فالبطل يسعى إلى قتل عدوه وتدميره والفوز عليه مهما كانت الأساليب الموصلة إلى ذلك، كما أنه يسعى إلى السيطرة على المنافس أو العدو. ومنه فإن الأهداف هي ذاتها تقريبا مع فروق في التقييم الشخصي. فما يقوم به البطل يعد مشروعا من منظور العينة، وما يقوم به المنافس أو العدو يعد غير مشروع حتى وإن كانت الأساليب ذاتها من الطرفين.

- توجد اختلافات بين الذكور والإناث من حيث ذكر هدفي السرقة والسيطرة على الآخرين كأهداف يسعى إلى تحقيقها العدو أو المنافس في ألعاب الفيديو المفضلة لديهم. فبالنسبة للسرقة كانت الفروق لصالح الإناث اللواتي ذكرنها أكثر مقارنة بالذكور مما يدل على أنهن أكثر حساسية لهذا الخلق السيئ. أما بالنسبة

للسيطرة على الآخرين فقد كانت لصالح الذكور الذين ذكروها أكثر. ولعل مبعث ذلك ارتباط مفهوم السيطرة لديهم بالجوانب البدنية (الجسمانية) التي تعد أهم لديهم مما هي لدى الإناث.

الـخـلاصــة :

هدفت الدراسة إلى تقصي و معرفة القيم المتضمنة بألعاب الفيديو المنتشرة في السوق الجزائرية من أجل تحديد مدى ملاءمتها لتنشئة الطفل الجزائري، بحكم أن هذه المنتوجات غريبة عن المجتمع الجزائري وتحمل مضامين عن واقع اجتماعي و ثقافي آخر.

وسعت إلى معرفة مدى تأثر الطفل الجزائري بالقيم المحتواة في هذه الألعاب.

وتوصل الباحث في نهاية الدراسة إلى جملة من الاستنتاجات أجاب بها عن التساؤلات التي تم طرحها في البداية.

فقد كانت ألعاب الفيديو في مقدمة النشاطات الترفيهية التي يحبها الأطفال المدروسون، وكل هذا بفعل عناصر الإبهار والخصائص الشكلية والتقنية الحديثة جدا والتي تجذب انتباه الأطفال وتجعلهم يقبلون على هذه الألعاب بشكل كبير.

وتم التأكد من أن تقنيات تصميم عوالم ألعاب الفيديو خلقت بالفعل ذلك الانغماس الجسماني والعقلي والوجداني الذي جعل الطفل يتقبل بشكل كبير كل ما يقدم له من نماذج سلوك.

فقد تبين أن لعبة الفيديو تتيح للأطفال الاكتشاف و التجريب دون خطر المسؤولية أو العقاب، فهم يمارسون اختبار مخاوفهم من أشياء معينة و كذلك الفشل من إنجاز أشياء أخرى من خلال لعبة الفيديو ودون الخوف من الوقوع حقيقة في الفشل. فالطفل يقوم في لعبة الفيديو بالقتال مع الآخرين دون خوف من الهزيمة، ويمارس مهمات الكبار ليتعلم طبيعة نتائج الأنماط التي يقوم بدورها بتفاعله مع الآخرين.

وكما تم الإشارة إليه في مقدمة الدراسة وفي خطواتها المنهجية فقد حوت هذه الألعاب قيما تعبر عن ثقافة منتجيها. وفرضت طبيعة تلك الألعاب ومضامينها تراتبية معينة للقيم يتم فيها التركيز على القيم الحركية والجسمانية ثم العقلية و النفسية ثم الاجتماعية وأخيرا الأخلاقية، وهي ليست بالتراتبية الموجودة في مجتمعنا.

ولوحظ أيضا التفاعل الإيجابي للأطفال المدروسين مع القيم المحتواة في ألعاب الفيديو، كما سجل تقييم متماثل من الأطفال للقيم المحتواة في الألعاب رغم تباين الأدوار التي يختارونها أو تفرض عليهم، بحيث تعد إيجابية دوما عندهم، سواء تمثلوا دور البطل أو عدوه أو منافسه.

وأبرزت الدراسة بذلك أن ألعاب الفيديو ليست تسلية بريئة، فهي محكومة بالمنظومة القيمية لمنتجيها والتي ليست ذاتها لدى المجتمع الجزائري. وتؤدي بحسب مفهوم روبير ميرتون وظائف ظاهرة وأخرى مستترة. ظاهرة هي التسلية ومستترة منها ما هو مرتبط بنشر ثقافة منتجيها.

ومع أن هذه الدراسة قدمت في نهايتها عدة إجابات عن تأثير ألعاب الفيديو على قيم الطفل الجزائري، إلا أنها لا يمكن أن تدعي إحاطتها بكل جوانب الموضوع ووصف ما توصلت إليه بالإجابات

الشافية ولا الشاملة في حقيقة الأمر. فهي بمثابة فاتحة لدراسات جديدة يتم فيها تناول الظاهرة بمقاربات متعددة.

غير أن هذه الأعمال، يجب أن تتجه، برأي الباحث، إلى دراسات تفصيلية لألعاب بعينها بشكل منفصل، بما يحول دون حدوث تعميم قد يكون خاطئا.

المــــــراجــــــــــــــــــــــــــع

قائمة المراجع :

. المراجع باللغة العربية :

1. الكتب:

1- القرآن الكريم.

2- ابن منظور: **"لسان العرب المحيط"**، المجلد الخامس، دار الجيل، بيروت، 1988.

3- إحدادن (زهير) : **"مدخل لعلوم الإعلام والاتصال"**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر،(بدون رقم الطبعة) .2002

4- أحمد رشتي (جيهان) : **"الأسس العلمية لنظريات الإعلام"**، دار الفكر العربي، مصر، ط1، 1975.

5- أحمد رشتي (جيهان) : **"الإعلام ونظرياته في العصر الحديث"**، دار الفكر العربي، مصر، ط1، .1971

6- أحمد (عفاف) : "**الطفل المبدع دراسة تجريبية باستخدام الدراما الإبداعية**"، مكتبة الزهراء، القاهرة.

7- آدم (محمد سلامة)، حداد (توفيق) : **"علم النفس للطلبة والمعلمين والمساعدين في المعاهد التكنولوجية"**، بدون دار نشر، الأردن، 1973.

8- الأزهري (أبو منصور محمد بن أحمد) : **"تهذيب اللغة"**، (تحقيق وتقديم: عبد السلام هارون)، الدار المصرية للتأليف والترجمة، مصر، بدون سنة النشر.

9- إسماعيل (عماد الدين) : **"الأطفال مرآة المجتمع"**، سلسلة ثقافية، بدون دار النشر، 1986.

10- إمام (إبراهيم) : **"الإعلام الإذاعي و التلفزيوني"**، دار الفكر العربي، القاهرة، 1976.

11- إمام **(إبراهيم)** : **"الإعلام الإذاعي والتلفزيوني"**، دار الفكر العربي، القاهرة، ط2، .1985

12- بسيوني رسلان (صلاح الدين) : **"القيم في الإسلام بين الذاتية و الموضوعية"**، دار الثقافة للنشر و التوزيع، القاهرة، 1990.

13- بن مرسلي (أحمد) : **"مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال"**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط2، 2005.

14- حجازي (زكية) : **"معوقات النمو المتكامل للطفل في المرحلة الابتدائية"**، الهيئة المصرية للكتاب، مصر، 1977.

15- الحضيف (محمد عبد الرحمن) : **"تأثير وسائل الإعلام –دراسة في النظريات والأساليب"**، مكتبة العبيكان، الرياض، 1994.

16- الخشاب (مصطفى) : **"علم الاجتماع ومدارسه"**، الدار القومية للطباعة و النشر، مصر، 1966.

17- الجابر (زكي) : **"أثر وسائل الاتصال في الجماهير وخاصة الجماهير العربية"**، مقال منشور في: "وسائل الإعلام وأثرها في المجتمع العربي المعاصر"، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، إدارة الثقافة، تونس، 1992.

18- دويدار (عبد الفتاح) : **"سيكولوجية النمو والارتقاء"**، دار النهضة العربية، بيروت، 1993.

19- دياب (فوزية) : **"القيم و العادات الاجتماعية مع بحث ميداني لبعض العادات الاجتماعية"**، دار النهضة العربية، بيروت، 1980.

20- ديفلير (ملفين ل) و روكيتش (ساندرا بول) : **"نظريات وسائل الإعلام"**، (ترجمة كمال عبد الرؤوف)، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، ط3، 1999.

21- روية (ريمون) : **"فلسفة القيم"**، (تعريب د. عادل العوا)، مطبعة دمشق، سوريا، 1960.

22- الزبيدي (محمد مرتضى): **"تاج العروس"**، المجلد 9، دار صادر، بيروت، 1986.

23- السمالوطي (نبيل محمد توفيق): **"المنهج الإسلامي في دراسة المجتمع، دراسة في علم الاجتماع الإسلامي"**، دار الشروق، جدة، ط1، 1980.

24- الشيباني (عمر محمد التومي) : **"تطور النظريات والأفكار التربوية"**، دار النهضة العربية، بيروت، 1976.

25- عارف مصلح (عدنان) : **"التربية في رياض الأطفال"**، دار الفكر للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 1990.

26- عبد الحليم السيد (فتح الباب)، حفظ الله (إبراهيم ميخائيل): **"الناس والتلفزيون"**، مكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة، 1963.

27- عبد الحميد (جابر) : **"دراسة نفسية في الشخصية العربية"**، عالم الكتب، 1987.

28- عبد المعطي (عبد الباسط) : **"البحث الاجتماعي"**، دار المعارف الجامعية، مصر، 1985.

29- عزّي (عبد الرحمن) : **"عالم الاتصال"**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992.

30- علاوي (محمد حسن) : **"علم النفس الرياضي"**، دار العارف، القاهرة، ط6، 1986.

31- علي عويس (خير الدين) ، حسن عبد الرّحيم (عطا) : **"الإعلام الرياضي"**، ج1، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، 1998.

32- عمر (محمد زيان) : **"البحث العلمي، مناهجه وتقنياته"**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983.

33- العيسوي (عبد الرحمن محمد) : **"الآثار النفسية و الاجتماعية للتلفزيون العربي"** دار النهضة

العربية، بيروت، 1984.

34- العيسوي (عبد الرحمن محمد) : **"العلاج النفسي"**، دار النهضة العربية، بيروت، 1984.

35- العيسوي (عبد الرحمن محمد) : **" علم النفس الفسيولوجي"**، دراسة في تفسير السلوك الإنساني، دار النهضة العربية، بيروت، 1991.

36- غزاوي (زهير) : **"نمو القيم و الاتجاهات عند طفل ما قبل المدرسة"**، دار المبتدأ للطباعة و النشر، بيروت، .1993

37- كولي (تشارلز) وآخرون : **"أسس التربية البدنية"**، مكتبة الأنجلو-مصرية، القاهرة، .1964

38- ماكبرايد (شون) وآخرون : **"أصوات متعدّدة وعالم واحد، الاتصال اليوم وغدا"**، تقرير اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، .1981

39- ماك كويل (دينس)، ويندول (سفين) : **"أنماط الإعلام لأغراض دراسة الإعلام الجماهيري"**، (ترجمة وتعريب محمد حسن)، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، إدارة الثقافة، تونس 1989.

40- محمد إسماعيل (قباري) : **"علم الاجتماع الجماهيري و بناء الاتصال، دراسة في الإعلام و اتجاهات الرأي العام"**، منشأة المعارف، الإسكندرية مصر، 1948.

41- محمد الحسن (إحسان) : **"الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي"**، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت، ط3، 1994.

42- محمد حسين (سمير) : **"بحوث الإعلام، الأسس و المبادئ"**، عالم الكتب، القاهرة، .1976

43- محمد عمر (نوال) : **"مناهج البحوث الاجتماعية و الإعلامية"**، مكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة، .1986

44- محمد ولد خليفة (عبد اللطيف): **"ارتقاء القيم"**، دراسة نفسية، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، .1992

45- محمود رضوان (عبد القادر) : **"سبع محاضرات حول الأسس العلمية لكتابة البحث العلمي"**، سلسلة في دروس الاقتصاد، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر،.1990

46- محمود هنا (عطية) : **"اختبار القيم و استخداماته، كراسة التعليمات"**، دار القلم للنشر و التوزيع، الكويت، 1986.

47- المحيا (مساعد بن عبد الله) : **"القيم في المسلسلات التلفازية، دراسة تحليلية وصفية مقارنة لعينة من المسلسلات التلفازية العربية"**، دار العاصمة للنشر و التوزيع،

الرياض، السعودية، ط1، 1994.
48- مندل (م.ج) و جوردان (أ.ر) : **"قيم الموظفين في مجتمع متغير"**، (ترجمة محمد حامد حسين)، المنظمة العربية للعلوم الإدارية، 1982.
49- مولس (أبراهم)، سوشون (ميشال) : **"التربية و الإعلام"**، (ترجمة عبد المجيد البدوي)، المنظمة العربية للتربية و الثقافة و العلوم، 1985.
50- ميلر (سوزان) : **"سيكولوجية اللعب"**، (ترجمة حسن عيسى)، عالم المعرفة، الكويت، 1987.
51- يوسف (ليلى) : **"سيكولوجية اللعب والتربية الرياضية"**، مكتبة الأنجلو-مصرية، مصر، ط2، 1962.

2. مقالات ودراسات في الدوريات :

1- بوجلال (عبد الله) : **(الأطفال والتلفزيون في الجزائر)**، المجلة الجزائرية للاتصال، معهد علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، العدد 09، 1992.
2- محمد حسين (دبي هلا) : **(سحر الألعاب الإلكترونية)**، مجلة صانعو الحدث، العدد 27، 1 سبتمبر 2005. مقال مستخرج في ماي 2006 من الموقع التالي على شبكة الإنترنيت.
http://www.jamejamonline.ir/showarb.asp?n=134780&t=arb
3- زبدي (ناصر الدين) : **(دراسة تحليلية لشخصية الطفل من خلال تطبيق شبكة كلاديس لملاحظة الأبعاد العاطفية – الاجتماعية والمعرفية والإدراكية – الحركية)**، المجلة الجزائرية لعلم النفس وعلوم التربية، العدد 7، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998.

3. مذكرات ورسائل جامعية :

1- بشبيش (رشيدة) : **"الرسوم المتحركة في التلفزيون الجزائري – دراسة في القيم التأثيرات"**، رسالة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 1997.
2- بن بوزيد (نورة) : **"الطفل والتفاعل مع برامج البرابول"**، رسالة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 1994.
3- تامر (ناجي) : **"أثر المسلسلات التربوية التلفزيونية على التحصيل الدراسي للأطفال"**، دراسة معمقة في علوم التربية، معهد علم النفس وعلوم التربية، جامعة الجزائر، 1984.
4- تمار (يوسف) : **"نظرية Agenda setting على ضوء الحقائق الاجتماعية والثقافية**

والإعلامية في الجزائر"، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، (غير منشورة)، جامعة الجزائر، 2005.

5- زعموم (مهدي) : **"برامج الأطفال في التلفزيون الجزائري، نموذج الرسوم المتحركة من 1999 إلى 2001"**، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2005 .

6- سي محمد (سعدية): **"النسق القيمي لدى تلاميذ نهاية المرحلة الثانوية"**، بحث مقدم لنيل شهادة الماجستير في علوم التربية، (غير منشورة)، جامعة الجزائر، 2001.

7- شافعي (جميلة) : **"دور اللعب في تكيف طفل ما قبل المدرسة داخل الرّوضة - دراسة ميدانية لأطفال ثلاث وأربع وخمس سنوات"**، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم النفس العيادي بجامعة الجزائر، سبتمبر 1999.

8- علواش (كهينة) : **"معالجة العنف من خلال التلفزيون وألعاب الفيديو وتأثيره على الطفل الجزائري"**، رسالة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006.

9- نمرود (بشير) : **"ألعاب الفيديو وأثرها في الحد من ممارسة النشاط البدني الرياضي الجماعي الترفيهي عند المراهقين المتمدرسين ذكور(12-15سنة) - القطاع العام – دراسة حالة على متوسطة البساتين الجديدة ببئر مراد رايس -الجزائر"**، رسالة لنيل شهادة الماجستير في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر، 2008.

10- يخلف (بلقاسم) : **"دراسة العلاقة بين مدى التعرض لتأثير المدنية الحديثة، و قيم التسامح و التسلط عند تلاميذ التعليم الثانوي في الريف و المدينة"**، رسالة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، (غير منشورة)، جامعة الجزائر، بدون سنة المناقشة.

4. قواميس ومعاجم :

1- المعجم الوسيط.

2- القاموس الجديد للطلاب (معجم عربي – مدرسي ألفبائي)، الشركة التونسية للتوزيع، المؤسسة الوطنية الجزائرية للكتاب، الجزائر، 1984، ص957.

5. الوثائق الرسمية :
1- الإحصاء السكاني للجزائر لعام 1997، الديوان الوطني للإحصاء.
2- إحصائيات الجمارك الوطنية، فيفري .2008
3- خريطة الجزائر.

. المراجع باللغات الأجنبية :

1. Livres :

1- Beguin (Pascal) et Rabardel (Pierre) : « **Les technologies de l'information : dématérialisation ou nouvelle forme de matérialité ?** », Octares, Paris, 1997.

3- Breton (Philippe): **"Le culte de l'Internet Une menace pour le lien social ?"**, La découverte, Paris, 2000.

4- Cadoz (Claude) : **"Les réalités virtuelles",** Flammarion, Paris, 1993.

5- Cathelat (Bernard) : **"De l'homo sapiens à l'homme interactif, Foreseen"** Observatoire international des tendances sociologiques, Denoël, Paris, 1998.

6- Chion, M **: "Un art sonore : le cinéma – histoire, esthétique et poétique",** Les cahiers du cinéma, paris, 2003.

7- Chirpaz (François) : **"Le corps"**, Presses Universitaires de France, Paris, 1963.

8- Duflo (Colas) : **"Jouer et philosopher"**, presse universitaire de France, Paris, 1997.

9- Dyens (Ollivier) : **"Chair et métal"**, Vlb, Montréal, 2001.

10- Genvo (Sébastien) : **"Introduction aux enjeux artistiques et culturels des jeux vidéo",** L'Harmattan, Paris, 2003.

11- Greenfield (Patricia), Retschitzki (Jean) : **"L'enfant et les médias, les effets**

De la télévision, des jeux vidéos et des ordinateurs", édition universitaires, Fribourg, 1998.

12- Guardiola (Eric) **: "Ecrire pour le jeu"**, Dixit, Paris, 2000.

13- Guitton (Philipe) : **"Le jeu chez l'enfant"**, librairie Larousse, Paris, 1973.

14- Jean-clet (Martin) : **"L'image virtuelle. Essais sur la construction du Monde",** Kimé, paris, 1996.

15- julier (Laurent) : **"Les images de synthèses"**, Nathan université, collection 128, Saint germain (France), 1998.

16- Kaufmann (Jean-Claude) : "**Pour une sociologie de l'individu"**, Nathan, coll « Essais et Recherche », Paris, 2001.

17- Kerckhove (Derrick) : **"L'intelligence des réseaux"**, Odile Jacob, Paris,2000.

18- Le Breton (David) : **"L'Adieu au corps"**, Métaillé, Paris, 1999.

19- Le Diberder (Alain et Frédéric) : **"Qui a peur des jeux vidéo ?"**, La Découverte, Paris, 1993.

20- Le Diberder (Alain et Frédéric) : **"L'univers des jeux vidéo. La decouverte"**, Saint Arnaud Moutron, France, 1998.

21- Leif et Delay : **"Psychologie et éducation "**, Tome I, Ed Nathan, Paris, 1950.

22- Lenhard (Gentiane) : **"Faut-il avoir peur des jeux vidéo?",** ESF édition, Paris, 1999.

23- Maffesoli (Michel) : **"Du nomadisme : Vagabondage initiatiques**", Le livre de poche, Paris, 1997.

24- Mardaga (Philipe) **: "Introduction à la psychologie de l'enfant",** tour3, France, 1979.

25- Natkin (Stéphane) : **"Jeux vidéo et média du XXIè siècle",** Vuibert

Informatique, Paris, 2004.
26- Rheingold (Howard) : **"La réalité virtuelle"**, Dunod, Paris, 1993.
27- Rollins a., Morris D : **"Game Architecture and design"**, 2nd ed, New Riders, Indianapolis, 2003.
28- Roustan (Mélanie) : **"La pratique du jeu vidéo : réalité et virtualité?"** , L'Harmattan, Paris, 2003.
29- Stern (Daniel) : **"Le monde interpersonnel du nourrisson. Une perspective psychanalytique et développementale"**, Paris Presses Universitaires de France, coll. «Le fil rouge», Paris, 1989.
30- Tisseron (Serge) : **« Enfants sous influence. Les écrans rendent-ils les jeunes violents ? »**, Armand Colin, 2000.
31- Tremel (Laurent) : **"Jeux de rôle, jeux vidéo, multimédia. Les faiseurs de Monde"**, Presses Universitaires de France, coll. « Sociologie d'aujourd'hui », Paris, 2001.
32- Turkle (Sherry): "**Life on the screen. Identity at the age of Internet"**, Simon and Shuster, New York, 1995.
33- Varagnac. (A), Chollot-Varagnac (M) : **"Les traditions populaires"**, PUF, Paris, 1978,
34- Warren.(R.Agee, Philip), Adwin Emery(H. oult) : **"Media"**, Horizon, 9ème Edition,Paris, année ?.
35- Warnier (Jean-Pierre) : **"Les jeux guerriers du Cameroun de l'Ouest ",** Techniques et Cultures, Paris, 2002.
36- Weissberg (Jean-Louis) : **"Présence à distance. Déplacement virtuel et réseaux numériques, pourquoi nous ne croyons plus à la télévision",** l'Harmattan, coll. « Communication », Paris 1999.

2. Articles :

1- Balbo (Sophie) : **(Les communautés de jeu en réseau ou la reconnaissance des émotions : vers un nouveau type de rapport au corps)**, dans **« La pratique du jeu vidéo : réalité ou virtualité ? »**, sous la direction de Mélanie Roustan, l'Harmattan, paris 2003.

2- Bastide (Luc) : **(L'image, l'école et la violence ?)**, dans Langouët G (sous la dir. de) **«L'état de l'enfance. Les jeunes et les médias en France ? »**, Hachette, Paris, 2000.

3- Clais (Jean baptiste), Roustan (Mélanie) : **(Les jeux vidéo, c'est physique, réalité virtuelle et engagement du corps dans la pratique vidéoludique)**, dans **«La pratique du jeu vidéo : réalité ou virtualité ? »**, sous la direction de Mélanie R. L'Harmattan, Paris, 2003.

4- Coiffet (Philippe):**(Mondes imaginaires, les arcades de la réalité virtuelle)**, **réalité virtuelle et engagement du corps dans la pratique vidéoludique)**, dans **«La pratique du jeu vidéo : réalité ou virtualité ? »**, sous la direction de Mélanie R. L'Harmattan, Paris, 2003.

5- Grallet (Guillaume), Stehli (Jean-Sébastien) : **(Jeux vidéo Nous allons tous craquer)**, L'Express du 24/11/2005.

6- Jasper (Juul) : (**The open and the closed : Game of emergence and game**

of Progression), in Frans Mäyrä : **"Computer game and digital cultures conference proceedings"**, Tampere University Press, 2002.

7- Mabillot (Vincent): **(Mises en scéne d'interactivité)**, in, Jacquinot-Delaunay. G (sous la dir. De) dossier « Qui a encore peur des jeux vidéo? » **MédiaMorphoses**, 2001.

8-Marsh (Tim), Wright (Peter) and Smith (Shamus): **(Evaluation for the design of experiences: Modelling Breakdown of interaction and illusion)**, in **"journal of CyberPsychology and Behavior, Special Issue on Presence"**, Vol.4 (2), 2001.

9- Mantovani (Giuseppe) and Riva (Giuseppe): **(Building A Bridge between different scientific communities. On Sheridan's Electric Ontology Of Presence)**, in **"Presence, Teleoperators, Virtual environnement"**, Vol. 10 (5), 2001.

10- Meltzoff (Andrew N): **(Imitation, intermodal coordination and representation in early infancy)**, in G. Butterworth (Ed) **"Infancy and epistemology"**, London, Harvester Press, 1981.

11- McGreevy (Michael) : (**The presence of field geologists in Mars-Like Terrain),** In **(Presence, Teleoperators, and Virtual Environnement)**, Vol. 1 (4) 1992.

12- Pilet (Stéphane) : (**Le jeu vidéo comme arme de propagande)**, **«le monde diplomatique»** septembre 2003.

13-Retaux (Xavier):**(Présence dans l'environnement:Théories et applications**

aux jeux vidéo), dans **« La pratique du jeu vidéo : réalité ou virtualité ? »,** sous la direction de Mélanie Roustan, l'Harmattan, paris 2003.

14-Seidler (Victor): **(Embodied knowledge and virtual space : gender, nature and history)**, in **"Wood J., The virtual embodied, Routledge"**, London, 1998.

15- Stora (Michael) : **(La marche dans l'image : une narration, sensorielle)**, dans **« La pratique du jeu vidéo : réalité ou virtualité ? »**, sous la direction de Mélanie Roustan, l'Harmattan, paris 2003.

3. Textes électroniques :

1- Adrien D .(Benjamin) : **(jeux vidéo et violence)**, texte (En ligne) http//:www.ac-MCE.FR/SES/Mac jeux 20%vidéoHTML (consulté le 12/01/2004).

2- Cage (David) : **(Les jeux vidéo, l'apanage des jeunes ?)**, Cycle de conférences « Les jeudis de la Sorbonne » consacré au thème « Culture jeune, les jeunes et la culture », thème : Les jeux vidéo. 11 mars 2004. Texte (En ligne)

http://www.univ-paris1.fr/recherche/e-publications/jeudis_de_la_sorbonne/actes/actes_2004/article2411.html (Consulté le 23/09/2005)

3- Growth from knowledge : **(Le téléphone mobile, maître des jeux)**, Texte (en ligne) : **http://www.afjv.com/press0605/060515_etude_jeux_video_telephone_mobile.htm** (Consulté le 07/07/2006).

4- Hugon (Stéphane) : **(De saint Simon à Gibson, une mystique réticulaire),** discours prononcé lors des journées du CEAQ, les 24 et 25 juin 2002, Texte (En ligne) www.gretech.org . (Consulté le 07/07/2006)

5- Justino (Thomas) : **(Les enjeux de la maîtrise de la chaîne logistique dans l'industrie des jeux vidéo)**, Texte (en ligne) **http://www.afjv.com/press0602/060228_dossier_enjeux_logistique_jeux_video.htm** (Consulté le 07/07/2006).

6- Le Diberder (Alain) : **(Histoire des jeux vidéo),** texte (En ligne) < http://deptinfo.cnan.fr/enseingnement/DESS-Jeux/infoeleves/histoirejeux.pdf,cnam,2003> (Consulté le 12/01/2004)

7- Seguret (Olivier) : **(Les jeux vidéo, l'apanage des jeunes ?)**, Cycle de conférences « Les jeudis de la Sorbonne » consacré au thème « Culture jeune, les jeunes et la culture », thème : Les jeux vidéo. 11 mars 2004. Texte (En ligne)

http://www.univ-paris1.fr/recherche/e-publications/jeudis_de_la_sorbonne/actes/actes_2004/article2411.html (Consulté le 23/09/2005)

8**- "Sport électronique",** texte (En ligne) <http://Wikipédia.com> (consulté le 05/03/2008).

9- Wikipedia, **(jeux vidéo)**, texte (En ligne) <http://Wikipédia.com> (consulté le 27/12/2008).

10- Woodcock (Bruce Sterling): **(Jeux vidéo: vers les consoles nouvelle génération!)** Texte (en ligne) **http://www.afjv.com/press0407/040702_jeux_video_etude.htm#2** (Consulté le 13/10/2005).

4. Dictionnaires et encyclopédies:

1- **Larousse. Bibliorom**, dictionnaire en 1 cd.

2- **Dictionnaire de la psychologie**, Larousse, librairie Larousse, Paris, 1967.

3- James R. Flynn: **"IQ gains overtime"**, in R. J. Sternberg (eds.): Encyclopedia of Human Intelligence, Macmillan, New York, 1994.

5. Documents divers:

1- Aarseth Espen **:"Computer game theory :from games as text to game as….game ?"**, Bristol, International Game Cultures Conference, 2001.

2- Claude Baiblé : **"La perception et l'attention modifiées par les dispositifs du cinéma"**, Thèse de docteur d'université, université de paris VIII, 1999.

3- Peter Spronck : **"Online adaptation of game opponent AI in simulation and in practice"**, actes du congrès GameOn, Londres, octobre 2003, prix des jeunes chercheurs, Imagina 2004.

4- **"Génération jeux vidéo"**, Canal+ multimédia, emme, 2000.

5- **El Watan** du 12/03/2007.

Sites Internet :

1. <http://Wikipédia.com>
2. http://www.electronicarts.fr/games/8310
3. http://www.capcom.co.jp/bio2
4. <www.playstation.tm.fr[...]x/jackie_chan.html>
5. <www.jeuxvideo.com>

الملاحق

ملحق رقم (1) : الاستمارة الخاصة بمعرفة أنواع ألعاب الفيديو المفضلة لدى العينة

جامعة بن يوسف بن خدة (الجزائر)

كلية العلـوم السـياسـية والإعلام

قـسـم عـلـوم الإعـلام والاتصال

استـــبـــيـــان أوّلــــي

تعد هذه الوثيقة استبيانا أوليا يندرج في إطار إنجاز بحث علمي لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال يحمل عنوان **"الطفل الجزائري وألعاب الفيديو – دراسة في القيم والتأثيرات"** من إعداد الباحث: **أحمد فلاق**. لذا يرجى تسهيل مهمة الطالب المكلف بالنيابة عن الباحث بتوزيع هذا الاستبيان، وتقبلوا منا فائق التقدير والاحترام.

إسم ولقب الطالب المكلف بتوزيع الاستبيان: ....

. إسم ولقب التلميذ (ة): ....

. الســـــــــن: ....

. الجنـــــــس: ....

. المستوى التعلـيمي: ....

. القـــســـــم: ....

. إسم المدرســـــة: ....

. الولايـــــــة: ....

ألعاب الفيديو التي يمارسها التلميذ (ة) :

1. ....
2. ....
3. ....
4. ....

أدوات اللعب التي يمتلكها التلميذ :

- جهاز كمبيوتر ☐
- بلاي 1 (play1) ☐
- بلاي 2 (play2) ☐
- بلاي 3 (play3) ☐
- نينتاندو (Nintendo) ☐
- إيكس بوكس (Xbox) ☐
- آلة أخرى أذكرها ....

* الرجاء تدوين تاريخ توزيع الاستبيان الأوّلي: ....

ملحق رقم (2) : استمارة تحليل المضمون

استمارة تحليل لعبة فيديو

أ. البيانات الأولية:

1. اسم لعبة الفيديو: ....

2. الأداة الممكنة للعب: ....

3. البلد المصنع للعبة:...

4. الشركة المصنعة للعبة:...

5. الجمهور الموجهة له اللعبة: ....

6. تمارس بشكل فردي: ☐ . تمارس بشكل ثنائي ☐ . تمارس بشكل جماعي ☐

. تمارس بشكل فردي أو ثنائي ☐ . تمارس بشكل فردي أو جماعي ☐

ب. ماذا قيل ؟:

1. نوع اللعبة:

أ. ألعاب الحركة

- ألعاب المغامرات ☐ . ألعاب القتال ☐ . ألعاب الرمي ☐

ب. ألعاب الاستراتيجية

. ألعاب المغامرات والتفكير ☐ . ألعاب الاستراتيجية الاقتصادية ☐

. ألعاب الاستراتيجية العسكرية ☐ . الألعاب التقليدية ☐

ج. ألعاب المحاكاة:

- ألعاب محاكاة واقعية ☐ الواقع الذي يتم محاكاته: ....

- ألعاب رياضية ☐ إسم الرياضة التي يتم محاكاتها: ....

د. ألعاب غير مصنفة:

مختصر عن فكرة اللعبة:...

....

....

2. القيم المحتواة في اللعبة:

أ. قيم البطل: . التضحية ☐ . الحذر ☐ . المثابرة ☐ . الطاعة ☐ . الصبر ☐ . مساعدة الغير ☐

. الأناقة ☐ . النظام ☐ . القوة ☐ . المجازفة . التخطيط ☐ . التعاون ☐ . الذكاء ☐

. العدل ☐ . التكيف ☐ . السرعة ☐ . العنف ☐ . الظلم ☐ . الخيانة ☐ . اللاتسامح ☐

. الجنس ☐ . الخداع ☐ . الكذب ☐ . الأنانية ☐ . الفوضى ☐ . التلوث ☐

ب. قيم عدو أو منافس البطل: . التضحية ☐ . الحذر ☐ . المثابرة ☐ . الطاعة ☐ . الصبر ☐

. مساعدة الغير☐ . الأناقة ☐. النظام ☐. القوة ☐ . المجازفة ☐. التخطيط ☐ . التعاون ☐

. الذكاء ☐ . العدل ☐ . التكيف ☐ . السرعة ☐ . العنف ☐ . الظلم ☐ . الخيانة ☐

. الجنس ☐ . الخداع ☐ . الكذب ☐ . الأنانية ☐ . الفوضى ☐ . التلوث ☐

. اللاتسامح ☐

3. الإطار الزماني لأحداث اللعبة: . ماضي ☐ . حاضر ☐ . مستقبل ☐ . غير محدد ☐

4. الإطار المكاني لأحداث اللعبة: .مضمار☐ . حلبة ☐. ملعب ☐. الشارع ☐ . الطبيعة ☐

. في بناية ☐ . في الفضاء ☐ . أخرى: ....

5. خصائص البطل: 1. إنسان ☐ حيوان ☐ رجل آلي ☐ مخلوق غريب ☐

غير محدد في اللعبة ☐

. إذا كان إنسانا: فهل هو:

2. طفل ☐ مراهق ☐ بالغ ☐ غير محدد ☐

3. ذكر ☐ أنثى ☐

4. فرد ☐ جماعة ☐ فريق ☐

. إذا كان حيوانا أذكره:...

6. تحديات البطل: 1. عدو أو منافس ☐ 2. صعوبات ميدانية ☐

3. عدو أو منافس وصعوبات ميدانية ☐

1. عدو أو منافس: ☐ إذا كان كذلك فهل هو:

1. إنسان ☐ حيوان ☐ رجل آلي ☐ مخلوق غريب ☐

غير محدد في اللعبة ☐

إذا كان إنسانا: فهل هو:

2. طفل ☐ مراهق ☐ بالغ ☐غير محدد ☐

3. ذكر ☐ أنثى ☐

4. فرد ☐ جماعة ☐ فريق ☐

. إذا كان حيوانا أذكره:...

2. صعوبات ميدانية:

1. صعوبات طبيعية ☐ 2. صعوبات تقنية ☐ 3. صعوبات استراتيجية ☐

3. مستويات الصعوبات:

1. مفاجئة ☐ 2. متصاعدة ☐ 3. متماثلة ☐

ج. كيف قيل ؟:

1. وسائل التعبير: أ. رسوم متحركة ☐

. رسوم متحركة ومؤثرات صوتية ☐

. رسوم متحركة ولغة لفظية ☐

. رسوم متحركة ولغة لفظية ومؤثرات صوتية ☐

ب. رسوم ثلاثية الأبعاد ☐

. رسوم ثلاثية الأبعاد ومؤثرات صوتية ☐

. رسوم ثلاثية الأبعاد ولغة لفظية ☐

. رسوم ثلاثية الأبعاد ومؤثرات صوتية ولغة لفظية ☐

2. المعالجة الفنية للرسوم: كاريكاتورية ☐ دقيقة معبرة ☐

3. المعالجة الفنية للألوان: . خافتة ☐. قاتمة ☐ . زاهية ☐ . قابلة للتحكم فيها ☐

4. خصائص جنيريك اللعبة: . رسوم ثابتة وكتابة ☐

. رسوم متحركة وكتابة ☐

. رسوم متحركة وكتابة وموسيقى ☐

. رسوم ثابتة وكتابة وموسيقى ☐

. رسوم ثلاثية الأبعاد ثابتة وكتابة ☐

. رسوم ثلاثية الأبعاد متحركة وكتابة ☐

. رسوم ثلاثية الأبعاد ثابتة و كتابة وموسيقى ☐

. بكتابة فقط وبدون رسوم ☐

. بكتابة وموسيقى وبدون رسوم ☐

5. نوع الحركات: . هزلية ☐ . خيالية ☐ . واقعية ☐

6. المؤثرات الصوتية:

أ. الموسيقى: . مصاحبة للحركات ☐ . في الجنيريك ☐ كلاهما ☐

يصاحبها غناء ☐ لا يصاحبها غناء ☐

ب. الضجيج: تقليد أصوات طبيعية ☐ ماهي: ....

تقليد أدوات وأصوات مصطنعة ☐ ماهي: ....

كلاهما ☐ ما هما:...

7. نوع اللغة اللفظية: 1 . غربية ☐ . عربية ☐

. بسيطة ☐ . عادية ☐

. علمية ☐

ملاحظات أخرى: ....

....

....

....

ملحق رقم (3) : دليل التعريفات الإجرائية

دليل التعاريف الإجرائية

هذه الوثيقة عبارة عن دليل أعد في إطار إنجاز أطروحة دكتوراه تحت عنوان : "الطفل الجزائري وألعاب الفيديو – دراسة في القيم والتأثيرات"، تم فيها اعتماد أسلوب تحليل المضمون كأداة من أدوات التحليل.

وتتضمن الوثيقة التالية مجموعة من الفئات والوحدات وكذا التعريف الإجرائي لكل منها، علما أن الفئات المختارة هي فئات: القيم والموضوع والشكل.

لذا يرجى منكم:

. قراءة التعريفات الإجرائية قراءة شاملة

. وضع علامة (+) أمام التعريفات التي ترونها مقبولة.

. وضع علامة (-) أمام التعريفات التي ترونها غير مقبولة.

. وضع علامة (/) أمام التعريفات التي تحتاج إلى تعديل.

. تدوين الإضافات التي ترونها ضرورية إن وجدت أمام كل تعريف أو في نهاية الوثيقة.

. إسم ولقب المرمز :

. الرتبة :

ألعاب الحركة: هي الألعاب التي تتضمن مشاهد مغامرات أو قتال أو رمي ومصدر تسمية حركة يعود إلى كثرة الحركة فيها.

. ألعاب المغامرات: تندرج ضمن ألعاب الحركة وهي التي تحوي على مجموعة من التحديات والأخطار التي يتوجب تجاوزها.

. ألعاب القتال: تندرج ضمن ألعاب الحركة وهي الألعاب التي تحوي مشاهد قتال فقط في حيز محدود.

. ألعاب الرمي: تندرج ضمن ألعاب الحركة وهي الألعاب التي يتم فيها الرمي فقط على أهداف ثابتة أو متحركة.

. ألعاب الاستراتيجية: هي الألعاب التي تتطلب التفكير والتخطيط واعتماد استراتيجيات للفوز.

. ألعاب المغامرات والتفكير: تندرج ضمن ألعاب الاستراتيجية، وتتماثل مع ألعاب المغامرات لكنها تختلف عنها في مستوى الغموض الذي يحتل مكانة جوهرية في اللعبة.

. ألعاب الاستراتيجية الاقتصادية: تندرج ضمن ألعاب الاستراتيجية، وهي ألعاب تعيد إنتاج وتمثيل الميكانيزمات الأساسية لسير مدينة وبقائها وتتطلب التفكير والقدرة على تسيير واستثمار الموارد التي توضع تحت تصرف اللاعب.

. ألعاب الاستراتيجية العسكرية: تندرج ضمن ألعاب الاستراتيجية، وهي ألعاب ترتكز على نفس مبدأ ألعاب الاستراتيجية الاقتصادية لكن موجهة نحو موضوع مختلف وهو قيادة المعارك العسكرية.

. الألعاب التقليدية: تندرج ضمن ألعاب الاستراتيجية، وهي الألعاب التي تجسد ألعاب تقليدية مستعملة في الواقع كالورق والشطرنج وألعاب الحروف...إلخ.

. ألعاب المحاكاة: هي ألعاب تعيد محاكاة وإنتاج صور لنشاطات واقعية، رياضية أساسا.

. ألعاب محاكاة واقعية: تندرج ضمن ألعاب المحاكاة، وهي تعيد إنتاج صور لمهن حقيقية كقيادة الطائرة مثلا.

. ألعاب رياضية: تندرج ضمن ألعاب المحاكاة، وهي تعيد إنتاج صور لرياضات واقعية معينة كألعاب السيارات أو كرة القدم...إلخ.

. ألعاب غير مصنفة: هي الألعاب التي لا تندرج ضمن أي من الأنواع السالفة الذكر

. التضحية: هي التنازل عن أشياء نحبها لتحقيق أهداف معينة.

. الحذر: التأني عند اتخاذ أي خطوة تفاديا لمشكل ما.

. المثابرة: هي الاستمرار في عمل ما دون كلل حتى تحقيق الهدف المرجو منه.

. الطاعة: هي الاستماع إلى التعليمات والتوجيهات التي تعطى.

. الصبر: والمقصود بها التحمل، إن وضعت ضمن الأخلاق، وعدم التسرع إن وضعت ضمن القدرات

. مساعدة الغير: تقديم الدعم الذي يحتاجه الغير

. الأناقة: أن تكون ذا جمال وذوق.

. النظام: وضع الشيء في مكانه.

. القوة: القدرة والطاقة.

. التخطيط: القدرة على استباق الأحداث.

. التعاون: تقديم المساعدة.

. المجازفة: القيام بخطوة ما دون التأكد من نجاحها.، وهذا رغم معرفة الأخطار والخسائر الممكنة الحصول.

. الذكاء: حسن الفهم.

. العدل: الإنصاف ووضع الشيء في محله.

. العنف: استخدام القوة بشكل مفرط.

. الفوضى: عدم ترتيب الأشياء والأمور.

. التكيف: القدرة على التعامل مع وضعيات مختلفة.

. السرعة: القيام بالشيء دون إبطاء.

. الجنس: كل ما له علاقة بالإغواء، إيحائيا من خلل اللباس والمظهر أو من خلال الممارسة المخلة بالحياء مباشرة.

. الخداع: هو الغش وعدم احترام القواعد.

. الكذب: قول ما هو مخالف للحقيقة مع معرفة ذلك.

الإضافات و الملاحظات:

....
....
....
....
....

ملحق رقم (4) : استمارة الاستطلاع الميداني

استمارة استبيان

هذه الوثيقة عبارة عن استمارة استبيان لإنجاز بحث علمي في إطار إعداد أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال من طرف الطالب أحمد فلاق بعنوان "الطفل الجزائري وألعاب الفيديو – دراسة في القيم والتأثيرات".

يرجى من الطلبة المكلفين بتوزيعها على العينة المدروسة إعلام الأطفال إتباع التعليمات المدونة في الوثيقة، من خلال وضع علامة (x) في المكان المناسب للإجابات أو وضع الأرقام بحسب ما هو مطلوب.

1. ماهي النشاطات الترفيهية التي تفضل القيام بها (رتّبها حسب الأولوية من 1 إلى 11)

. التنزه مع أفراد العائلة ☐

. اللعب مع الأصدقاء ☐

. ممارسة الرياضة ☐

. ممارسة ألعاب الفيديو ☐

. مشاهدة الرسوم المتحركة ☐

. مشاهدة برامج الصغار في التلفزيون ☐

. الذهاب إلى السينما ☐

. حضور مسرحيات للأطفال ☐

. قراءة القصص ☐

. مشاهدة برامج الكبار في التلفزيون ☐

. الاستماع إلى قصة في الراديو ☐

2. ما هي الآلات التي تملكها و تستخدمها في ممارسة ألعاب الفيديو؟

- جهاز كمبيوتر ☐
- بلاي 1 (play1) ☐
- بلاي 2 (play2) ☐
- بلاي 3 (play3) ☐
- نينتاندو (Nintendo) ☐
- إيكس بوكس (Xbox) ☐
- آلة أخرى أذكرها ....

3. أذكر أربعة ألعاب تحب ممارستها باستخدام الآلات السابقة ؟

- ....
- ....
- ....
- ....

4. ما هو عدد الألعاب التي تملكها ؟

. من 4 إلى 10 ☐

. من 11 إلى 20

. من 21 إلى 30

. أكثر من 30 لعبة

5. كيف تقتني ألعاب الفيديو ؟

- الشراء
- الاستعارة
- التحميل من الإنترنيت
- الاستنساخ

6. متى تشتري ألعاب فيديو جديدة؟

- كل أسبوع
- كل شهر
- كل شهرين
- كل ثلاثة أشهر
- عند المناسبات

7. كيف تمارس ألعاب الفيديو؟

- كل يوم
- يوما بيوم
- مرة في الأسبوع
- مرة كل شهر
- في العطل والمناسبات

8. ما هو الوقت المفضل لديك لممارستها؟

- في الصباح
- في المساء
- صباحا ومساء
- في كل الأوقات تقريبا
- ليس لدي وقت محدد

9. ما هي المدة التي تقضيها في اللعب خلال اليوم الذي تمارس فيه ألعاب الفيديو؟

- ساعة واحدة

- ساعتان ☐
- 3 ساعات ☐
- 4 ساعات ☐
- أكثر من 4 ساعات ☐

10. مع من تحب ممارسة ألعاب الفيديو ؟

- لوحدي ☐
- مع صديق ☐
- مع عدة أصدقاء في نفس الوقت ☐
- مع أخي أو أختي ☐
- مع أمي أو أبي ☐

11. ما هو المكان الذي تحب فيه ممارسة ألعاب الفيديو ؟

- في قاعة اللعب: ☐
- في منزلي: ☐
- في منزل صديقي: ☐
- في مكان آخر أذكره: ....

12. ما الذي يعجبك في ألعاب الفيديو (رتّبها حسب الأهمية من 1 إلى 6)؟

- بطل القصة: ☐
- الأحداث الموجودة في قصة اللعبة: ☐
- الموسيقى: ☐
- الألوان: ☐
- الرسوم: ☐
- متعة الفوز ☐

13. هل تعرف البلد الذي تجري فيه أحداث ألعاب الفيديو؟

- نعم ☐
- لا ☐

14. إذا كانت الإجابة ب "لا" انتقل إلى السؤال (16) أما إذا كانت الإجابة بنعم فأين تقع أحداث ألعاب الفيديو؟

....

....

....

15. هل تعلم الزمن الذي تجري فيه أحداث ألعاب الفيديو؟

- نعم ☐

- لا ☐

16. هل تريد أن تصبح مثل بطلك المفضل؟

- نعم ☐

- لا ☐

17. هل سبق لك وأن قلدت أبطال ألعاب الفيديو؟

- نعم ☐

- لا ☐

إذا كانت الإجابة بنعم ففيما قلدتهم؟:

....

....

18. إذا كانت الإجابة ب "لا" انتقل إلى السؤال (19) أما إذا كانت الإجابة بنعم فمن هم الأبطال الذين قلدتهم وفي ماذا قلدتهم؟

....

....

....

....

19. هل يمكن أن تحصل أحداث ألعاب الفيديو في الواقع؟

- نعم ☐

- لا ☐

لماذا؟:..

....

....

20. ماذا تعلمت من ألعاب الفيديو؟

....

....

....

21. ماهي القدرات التي تسمح للاعب بالفوز في ألعاب الفيديو (رتبها حسب الأهمية من 1 إلى 7)؟

- الذكاء ☐
- المهارة ☐
- السرعة ☐
- الانتباه ☐
- عدم التردد ☐
- فهم التعليمات ☐
- الصبر ☐

22. عندما تخسر في ألعاب الفيديو هل:

- تتوقف عن اللعب: ☐
- تكرّر اللعب لبعض الوقت: ☐
- تكر اللعب دون توقف إلى أن تفوز: ☐

23. إذا طلبت منك أن تتصور بطل أو بطلة ألعاب فيديو، فما هي الصفات التي تفضلها فيه من حيث الجوانب التالية:

- الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐
- السن : طفل ☐ مراهق ☐ بالغ ☐
- الوضع: فقير ☐ مراهق ☐ غني ☐
- النوع : آلة ☐ إنسان ☐ حيوان ☐
- الشكل : جميل ☐ قوي ☐ قوي وجميل ☐ عادي ☐

24. ما هي القدرات التي تحبها في أبطال ألعاب الفيديو المفضلين لديك؟

....

....

....

25. ما هي الأخلاق التي تحبها في أبطال ألعاب الفيديو المفضلين لديك؟

....

....

....

26. ما هي الأهداف التي يجب أن يسعى إلى تحقيقها أبطالك المفضلين؟

....

....

....

27. ما هي الأخلاق التي يتصف بها العدو أو المنافس في ألعاب الفيديو؟

....

....

....

28. ما هي الأهداف التي يسعى العدو أو المنافس إلى تحقيقها في ألعاب الفيديو؟

....

....

....

البيانات الشخصية:

- السن: ....
- المستوى الدراسي: السنة الثالثة ☐ السنة الرابعة ☐ السنة الخامسة ☐ السنة السادسة ☐
- الجنس: ذكر☐ أنثى☐
- مهنة الأب: عامل ☐ موظف ☐ تاجر ☐ إطار ☐ بدون عمل ☐
- مهنة الأم: عامل ☐موظف ☐ تاجر ☐ إطار ☐ بدون عمل ☐
- عدد الإخوة: ....
- نوع السكن : منزل أرضي ☐ شقة ☐ فيلا ☐ آخر ☐ أذكره : ....
- عدد الغرف:.....................

ملحق رقم (5) : الإحصاء السكاني للجزائر حسب متغيري الولاية والجنس (المصدر : الديوان الوطني للإحصائيات)

TAB POP N°01
POPULATION RESIDENTE DES MENAGES
ORDINAIRES ET COLLECTIFS
SELON LA WILAYA ET LE SEXE

	SEXE		Total
	Masculin	Féminin	
ADRAR	159614	152001	311615
CHLEF	431184	427512	858695
LAGHOUAT	161646	155479	317125
OUM EL BOUAGHI	261585	257585	519170
BATNA	485781	476842	962623
BEJAIA	434872	421968	856840
BISKRA	289959	285899	575858
BECHAR	113764	111782	225546
BLIDA	397220	387063	784283
BOUIRA	318443	311117	629560
TAMANRASSET	70553	66622	137175
TEBESSA	277195	271871	549066
TLEMCEN	424140	417914	842053
TIARET	366702	359151	725853
TIZI OUZOU	553248	555460	1108708
GVT GRAND ALGER	1287077	1275351	2562428
DJELFA	412637	385069	797706
JIJEL	287581	285627	573208
SETIF	662138	649275	1311413
SAIDA	141273	138253	279526
SKIKDA	397793	388361	786154
SIDI BEL ABBES	264286	261346	525632
ANNABA	280019	277799	557818
GUELMA	216213	213787	430000
CONSTANTINE	406288	404625	810914
MEDEA	408675	393403	802078
MOSTAGANEM	317845	313213	631057
M SILA	410150	395369	805519
MASCARA	342288	333904	676192
OUARGLA	226900	218719	445619
ORAN	608832	605007	1213839
EL BAYADH	85318	83471	168789
ILLIZI	18403	15705	34108
B.B.ARRERIDJ	281876	273527	555402
BOUMERDES	329395	317994	647389
EL TARF	176671	175917	352588
TINDOUF	13866	13195	27060
TISSEMSILT	134254	129986	264240

EL OUED	256656	247745	504401
KHENCHELA	165368	162550	327917
SOUK AHRAS	185523	181931	367455
TIPAZA	255601	250452	506053
MILA	339344	335136	674480
AIN DEFLA	333971	326371	660342
NAAMA	64876	62438	127314
AIN TEMOUCHENT	165262	162069	327331
GHARDAIA	152720	147796	300516
RELIZANE	323586	318620	642205
Total	14698589	14402278	29100867

ملحق رقم (6) : الإحصاء السكاني للجزائر (الذكور) حسب متغيري الفئة العمرية والولاية (المصدر : الديوان الوطني للإحصائيات)

TAB POP N°0201
POPULATION RESIDENTE DES MENAGES
ORDINAIRES ET COLLECTIFS
SELON LE GROUPE D AGES ET LE SEXE
SEXE Masculin

	0-4 ANS	5-9 ANS	10-14 ANS	15-19 ANS	20-24 ANS	25-29 ANS	30-34 ANS	35-39 ANS	40-44 ANS	45-4 ANS
ADRAR	23071	24185	23014	19144	12294	10595	10211	8903	6108	467
CHLEF	49329	59139	64486	56129	43100	33314	26672	21912	18279	158
LAGHOUAT	21187	21595	20913	18728	15271	13661	11206	9118	7105	509
OUM EL BOUAGHI	30576	34982	36950	32040	25140	19796	17463	15812	12543	928
BATNA	58226	66767	67793	58270	47170	38442	31312	27196	21140	179
BEJAIA	39996	49503	59300	55870	47044	39402	31059	24056	20907	183
BISKRA	39230	41240	39012	33975	26764	23087	19352	15680	12573	946
BECHAR	12902	14251	15296	14237	11128	9492	7924	6829	5683	403
BLIDA	41703	46480	48517	47123	39178	36082	31038	23273	20381	166
BOUIRA	33126	39869	43932	42523	34293	27257	20516	16645	14011	115
TAMANRASSET	11154	10628	9214	7351	5122	5336	5428	4640	2884	233
TEBESSA	34072	38193	38559	33698	25800	20596	18598	15650	13111	951
TLEMCEN	41659	43162	48981	51234	45219	39113	32846	25819	23815	202
TIARET	43837	47935	48573	45546	34889	30591	24978	20328	16408	123
TIZI OUZOU	45797	58648	71385	74331	65071	53481	41877	26655	25795	237
GVT GRAND ALGER	117665	123477	130597	136793	135937	134302	121166	88910	69158	567
DJELFA	65038	65754	59152	47155	34755	30475	23266	19213	13853	124
JIJEL	32494	40231	40994	35475	28324	22845	18856	13821	11335	112
SETIF	76094	88992	93878	83102	67126	52839	43292	38407	29659	243
SAIDA	14924	16483	18230	18034	15425	12671	9921	7495	6351	532
SKIKDA	42402	48789	51134	48070	40485	34950	29116	20594	18825	161
SIDI BEL ABBES	25655	27216	31308	32233	28061	24323	20883	15913	13612	110
ANNABA	25432	28953	30854	31728	29934	26023	22990	18796	15662	136
GUELMA	21206	24765	26918	26239	21485	18423	15863	13896	11382	952
CONSTANTINE	40827	47611	50237	45189	39117	35318	31759	26974	22286	170
MEDEA	45280	53712	56482	53052	41478	34418	25937	21463	17613	140
MOSTAGANEM	34474	38772	43995	40234	32384	26634	21919	18599	15293	120
M SILA	54122	60155	59758	50961	39376	31358	23661	21741	16694	130
MASCARA	36165	37753	43662	42940	36705	30535	24685	19394	16685	135
OUARGLA	32346	33609	32365	28096	20199	16812	13631	12124	9355	678
ORAN	60512	62669	68599	68812	63317	57300	51713	40511	33476	277
EL BAYADH	10964	10860	10802	9987	8684	7403	6157	4400	3647	285
ILLIZI	2692	2591	2323	1882	1446	1549	1536	1173	748	538
B.B.ARRERIDJ	33166	38851	40334	36269	27923	22469	17499	15612	11928	100
BOUMERDES	31615	38766	43393	42281	34320	29149	23539	18566	16331	138
EL TARF	17492	19881	21854	22356	18116	15307	13299	10831	9089	713

TINDOUF	1842	1849	1752	1536	1116	1163	1200	909	582	499
TISSEMSILT	15690	18925	19263	16978	12682	10823	8647	6136	5604	464
EL OUED	38758	40583	37695	31149	21426	18053	14684	12244	9373	660
KHENCHELA	20064	22123	22598	20207	16123	13124	11204	8332	7224	626
SOUK AHRAS	19691	21269	24206	23123	18187	15633	13438	11371	8786	734
TIPAZA	26226	30597	31991	30318	25839	23331	20261	14657	12548	100
MILA	40719	47356	47619	40075	31368	25468	22677	19861	15311	124
AIN DEFLA	38700	45745	48174	41835	31855	26373	21963	16146	15018	120
NAAMA	7405	7655	8081	7867	6936	5974	4874	3581	2923	202
AIN TEMOUCHENT	15447	15949	18070	19227	17612	16220	14014	10646	9196	738
GHARDAIA	20698	20476	19729	17426	14415	12806	11114	9057	6159	413
RELIZANE	36003	41864	46860	41787	32617	25670	20867	17877	14826	116
Total	1627670	1820858	1918833	1782614	1472255	1259989	1056110	841768	691275	565

ملحق رقم (7) : الإحصاء السكاني للجزائر (الإناث) حسب متغيري الفئة العمرية والولاية (المصدر : الديوان الوطني للإحصائيات)

POPULATION RESIDENTE DES MENAGES
ORDINAIRES ET COLLECTIFS
SELON LE GROUPE D AGES ET LE SEXE
SEXE Féminin

	0-4 ANS	5-9 ANS	10-14 ANS	15-19 ANS	20-24 ANS	25-29 ANS	30-34 ANS	35-39 ANS	40-44 ANS
ADRAR	22423	22939	21813	17641	11644	10363	9570	8829	5612
CHLEF	47699	57538	62074	53604	42417	33853	28074	22575	19108
LAGHOUAT	20439	21299	20206	17791	14957	13234	11229	8779	6700
OUM EL BOUAGHI	28614	33729	35174	31019	24812	19885	17753	16118	12834
BATNA	55530	63941	65137	55797	45617	37171	31472	27686	23028
BEJAIA	38024	48108	56430	53057	43560	35621	28693	22544	19681
BISKRA	37892	39186	38307	32392	26023	23177	19458	15861	13056
BECHAR	12588	13825	15012	13976	10965	9440	8095	6420	5480
BLIDA	39385	44153	46842	45492	39558	36779	30780	23019	19466
BOUIRA	31192	38510	41955	40812	33215	26810	20129	15927	14379
TAMANRASSET	10674	10255	8694	7041	5595	5158	5003	3979	2507
TEBESSA	32259	36538	37346	32239	25712	21161	19009	15887	13226
TLEMCEN	40365	41845	47870	49408	42853	36889	31730	24995	23215
TIARET	42216	46769	47249	44049	35177	30651	25499	20330	15803
TIZI OUZOU	43364	55570	68478	69786	60569	49425	39629	26070	26633
GVT GRAND ALGER	111509	119511	126009	133840	135261	136242	118700	84094	67589
DJELFA	56813	60925	55238	44147	34199	30305	23073	19386	14151
JIJEL	31492	38909	40031	34521	27763	22705	18671	13584	11820
SETIF	73009	85698	90289	80389	65457	51601	42570	37322	29931
SAIDA	14365	15631	17837	17481	15165	12277	10072	7503	6721
SKIKDA	40492	47123	49827	46580	39905	34745	28039	20243	17851
SIDI BEL ABBES	24558	26182	30438	31530	27802	24048	20989	15996	13394
ANNABA	24577	27870	29361	31112	29678	26295	23217	18883	15859
GUELMA	20671	23548	26232	25363	21612	18442	15873	14036	11477
CONSTANTINE	39142	45816	48360	43943	39170	35879	31977	25775	21601
MEDEA	43051	51554	54483	50903	39814	33791	25667	21199	17685
MOSTAGANEM	33441	38233	42797	39108	31727	25838	21496	18157	14825
M SILA	51365	57482	57707	48685	38619	30301	23658	20524	17422
MASCARA	35317	36992	42736	41272	35143	29206	23993	18819	16150
OUARGLA	31331	32492	31031	26836	19534	16780	14037	12143	8879
ORAN	58489	60541	67052	66906	62813	57282	51312	40580	33473
EL BAYADH	10544	10308	10382	9661	8763	7565	6037	4207	3642
ILLIZI	2626	2371	2090	1724	1301	1243	1062	875	563
B.B.ARRERIDJ	31924	37477	38699	34479	26973	21695	16794	14589	11724
BOUMERDES	29790	36627	41689	40840	33236	28492	23173	17418	15253
EL TARF	16990	19236	21070	21942	18816	15681	13907	10960	9342
TINDOUF	1812	1779	1717	1488	1224	1148	1025	737	584
TISSEMSILT	14859	18194	18512	16195	12822	10676	8812	6027	5371

EL OUED	36974	39552	36043	29080	20664	17621	14536	12096	9466
KHENCHELA	19124	21065	21484	19322	15903	12984	11289	8778	7784
SOUK AHRAS	18485	20546	23478	22487	18162	15607	13390	10952	8895
TIPAZA	25020	29645	31208	29515	25390	22847	20222	14511	12180
MILA	38982	45950	45766	38791	31162	25610	22384	19935	15774
AIN DEFLA	36598	44363	46014	40412	31649	27144	22377	16992	14630
NAAMA	7144	7424	7857	7552	6740	5727	4674	3195	2918
AIN TEMOUCHENT	14891	15627	17444	18806	17338	15295	13457	10205	8852
GHARDAIA	19427	19773	19069	16991	13794	12723	10687	8748	6179
RELIZANE	34630	40690	45315	40670	32309	25212	21391	18113	14282
Total	1552105	1753339	1849852	1716677	1442581	1242625	1044683	825603	686994

ملحق رقم (8) : الإحصاء السكاني للجزائر (الإجمالي) حسب متغيري الفئة العمرية والولاية (المصدر : الديوان الوطني للإحصائيات)

TAB POP N°02
POPULATION RESIDENTE DES MENAGES
ORDINAIRES ET COLLECTIFS
SELON LE GROUPE D AGES ET LE SEXE
Total

	0-4 ANS	5-9 ANS	10-14 ANS	15-19 ANS	20-24 ANS	25-29 ANS	30-34 ANS	35-39 ANS	40-44 ANS	45-4 ANS
ADRAR	45494	47125	44828	36785	23938	20959	19780	17732	11721	956
CHLEF	97028	116677	126560	109733	85516	67167	54746	44488	37387	311
LAGHOUAT	41626	42894	41120	36520	30227	26894	22435	17897	13805	998
OUM EL BOUAGHI	59190	68711	72125	63059	49953	39681	35217	31929	25377	186
BATNA	113755	130708	132929	114067	92787	75613	62784	54882	44167	353
BEJAIA	78020	97610	115730	108927	90604	75024	59752	46601	40588	357
BISKRA	77121	80426	77318	66367	52786	46265	38810	31541	25630	186
BECHAR	25490	28076	30308	28213	22093	18932	16019	13249	11163	801
BLIDA	81088	90633	95359	92616	78736	72860	61818	46292	39847	320
BOUIRA	64318	78380	85887	83334	67508	54067	40645	32572	28390	229
TAMANRASSET	21828	20883	17909	14392	10717	10494	10431	8619	5391	419
TEBESSA	66331	74731	75905	65936	51512	41756	37608	31537	26337	186
TLEMCEN	82024	85007	96851	100642	88072	76002	64576	50813	47031	387
TIARET	86053	94704	95821	89595	70066	61243	50476	40658	32211	247
TIZI OUZOU	89161	114217	139863	144116	125640	102906	81506	52725	52428	481
GVT GRAND ALGER	229173	242987	256605	270632	271199	270544	239866	173004	136747	112
DJELFA	121851	126679	114390	91302	68953	60780	46339	38600	28004	238
JIJEL	63986	79140	81025	69997	56087	45550	37527	27405	23155	222
SETIF	149104	174689	184166	163491	132584	104440	85862	75729	59590	476
SAIDA	29289	32114	36068	35515	30590	24948	19993	14998	13072	106
SKIKDA	82894	95911	100962	94651	80390	69696	57154	40837	36676	311
SIDI BEL ABBES	50212	53398	61745	63763	55864	48372	41871	31909	27006	217
ANNABA	50009	56823	60215	62840	59613	52318	46207	37679	31520	267
GUELMA	41876	48312	53150	51602	43096	36866	31736	27932	22859	183
CONSTANTINE	79969	93427	98597	89132	78288	71198	63736	52749	43888	336
MEDEA	88331	105266	110965	103954	81292	68209	51604	42663	35298	273
MOSTAGANEM	67915	77005	86792	79341	64111	52473	43415	36756	30118	232
M SILA	105487	117637	117464	99646	77994	61659	47319	42264	34117	256
MASCARA	71481	74745	86397	84212	71848	59741	48678	38214	32835	265
OUARGLA	63678	66102	63396	54932	39733	33592	27669	24267	18233	127
ORAN	119001	123210	135651	135718	126130	114583	103024	81091	66949	543
EL BAYADH	21507	21168	21183	19647	17447	14967	12194	8607	7289	559
ILLIZI	5319	4962	4413	3606	2747	2792	2598	2049	1311	979
B.B.ARRERIDJ	65090	76328	79032	70748	54897	44163	34294	30202	23652	196
BOUMERDES	61405	75393	85082	83122	67556	57641	46711	35984	31584	262
EL TARF	34482	39116	42924	44298	36932	30988	27206	21791	18430	139
TINDOUF	3653	3629	3468	3024	2340	2312	2225	1646	1166	100

TISSEMSILT	30549	37119	37775	33173	25504	21499	17459	12163	10975	908
EL OUED	75732	80135	73738	60229	42090	35674	29220	24341	18839	132
KHENCHELA	39189	43188	44082	39529	32026	26108	22493	17110	15008	124
SOUK AHRAS	38176	41816	47685	45610	36349	31241	26828	22323	17681	143
TIPAZA	51246	60243	63199	59834	51230	46178	40483	29168	24728	193
MILA	79701	93306	93385	78866	62530	51078	45061	39796	31085	246
AIN DEFLA	75298	90108	94189	82247	63504	53517	44340	33138	29649	233
NAAMA	14549	15078	15937	15419	13676	11701	9548	6776	5841	409
AIN TEMOUCHENT	30338	31576	35515	38033	34949	31515	27471	20851	18048	144
GHARDAIA	40125	40249	38797	34417	28209	25529	21801	17805	12338	833
RELIZANE	70633	82554	92175	82457	64925	50882	42258	35991	29107	230
Total	3179776	3574197	3768685	3499291	2914835	2502614	2100793	1667371	1378269	110

فهرس الجداول

.148	مواصفات البطل المفضل في ألعاب الفيديو بالنسبة للمبحوثين (من ناحية الشكل)، حسب متغير الجنس	346
.149	القدرات التي يحبها المبحوثون في أبطال ألعاب الفيديو المفضلين لديهم، حسب متغير الجنس	347
.150	الأخلاق التي يحبها المبحوثون في أبطال ألعاب الفيديو المفضلين لديهم، حسب متغير الجنس	348
.151	الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها أبطال ألعاب الفيديو المفضلين لدى المبحوثين، حسب متغير الجنس	349
.152	الأخلاق التي يتصف بها العدو أو المنافس في ألعاب الفيديو، حسب متغير الجنس	350
.153	الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها العدو أو المنافس في ألعاب الفيديو لدى المبحوثين، حسب متغير الجنس	351
.154	الأمور التي تعلمها المبحوثون من ممارسة ألعاب الفيديو، حسب متغير مكان الإقامة	353
.155	ترتيب القدرات التي تسمح للاعب بالفوز في ألعاب الفيديو، برأي العينة، حسب متغير مكان الإقامة	355
.156	مواصفات البطل المفضل في ألعاب الفيديو بالنسبة للمبحوثين (من ناحية الجنس)، حسب متغير مكان الإقامة	356
.157	مواصفات البطل المفضل في ألعاب الفيديو بالنسبة للمبحوثين (من ناحية السن)، حسب متغير مكان الإقامة	356
.158	مواصفات البطل المفضل في ألعاب الفيديو بالنسبة للمبحوثين (من ناحية الوضع المالي)، حسب متغير مكان الإقامة	357
.159	مواصفات البطل المفضل في ألعاب الفيديو بالنسبة للمبحوثين (من ناحية النوع)، حسب متغير مكان الإقامة	358
.160	مواصفات البطل المفضل في ألعاب الفيديو بالنسبة للمبحوثين (من ناحية الشكل)، حسب متغير مكان الإقامة	359
.161	القدرات التي تحبها العينة في أبطال ألعاب الفيديو المفضلين لديها، حسب متغير مكان الإقامة	360
.162	الأخلاق التي تحبها العينة في أبطال ألعاب الفيديو المفضلين لديها، حسب متغير مكان الإقامة	361
.163	الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها أبطال ألعاب الفيديو المفضلون لدى العينة، حسب متغير مكان الإقامة	362
.164	الأخلاق التي يتصف بها العدو أو المنافس في ألعاب الفيديو برأي العينة، حسب متغير مكان الإقامة	364
.165	الأهداف التي يسعى العدو أو المنافس إلى تحقيقها في ألعاب الفيديو برأي العينة، حسب متغير مكان الإقامة	365
.166	الأمور التي تعلمتها العينة من ممارسة ألعاب الفيديو، حسب متغير المستوى المعيشي	367
.167	ترتيب القدرات التي تسمح للاعب بالفوز في ألعاب الفيديو برأي العينة، حسب متغير المستوى المعيشي	368
.168	مواصفات البطل المفضل لدى العينة في ألعاب الفيديو(من ناحية الجنس)، حسب متغير المستوى المعيشي	369
.169	مواصفات البطل المفضل لدى العينة في ألعاب الفيديو (من ناحية السن)، حسب متغير المستوى المعيشي	370

فهرس الأشكال

فهرس الملاحق

الـفـهـرس العام